LG하우시스

지속가능경영보고서 2012

Nature, Human and Space

LG하우시스

About This Report

보고서의 개요

LG하우시스 지속가능경영보고서 2012는 LG하우시스의 첫 번째 보고서입니다. LG하우시스는 본 보고서를 통해 기업을 둘러싼 모든 이해관계자와 함께 지속가능경영 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 보고서의 보고기간은 2009년 4월 1일부터 2011년 12월 31일까지 총 3개년도 입니다. 필요한 경우 2012년 활동을 포함하였으며 이를 별도 표기하였습니다.

보고범위

본 보고서의 보고범위는 본사와 국내 공장입니다. 사회 및 환경 데이터 일부의 경우 중국, 미국 등 해외 현지법인의 내용을 포함하였습니다.

보고서의 작성원칙

본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative) G3.1 가이드라인을 기준으로 작성되었으며, 이와 함께 ISO 26000 가이던스 주요이슈를 활용하였습니다. 보고 기준에 대한 현황은 74-77페이지를 통해 확인하실 수 있습니다.

검증

BSI의 제 3자 검증 프로세스를 거쳤으며, 72-73페이지에 검증의견서를 첨부하였습니다.

문의처

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

홈페이지_ http://www.lghausys.co.kr/
이메일_ shinyhw@lghausys.com
전화_ 02-6930-1577

LG하우시스는 친환경 건축장식자재와 고기능소재·부품을 공급함으로써
자연을 닮은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 창조해 나가고 있습니다.

창호재 : PVC창호, 알루미늄창호, 기능성유리, BIPV

인테리어자재 : 친환경 바닥재 및 벽장재, 인테리어대리석, 친환경 강화목재

고기능소재·부품 : 기능성 점착필름, IT/가전 표면소재, 고광택시트, 자동차용 소재/부품

LG하우시스 지속가능경영보고서 2012

We create
human-friendly
and eco-conscious
living space.

2012 Index

I. LG 하우시스 지속가능경영

CEO Message	04
기업소개	06
비전과 중장기 목표	08
주요제품소개	10
정도경영	14
지배구조	16
이해관계자 참여	18
중요성 평가	19

II. Harmony with Space

경제적 성과	24
지속적 성장을 위한 노력	26
리스크 관리	29
경제적 성과 분배	30

2012년 LG하우시스의
첫 번째 지속가능경영보고서를
발간하였습니다.

매출액 **24,501** 억 원

P.24

사업확장 및 신시장 개척을 통해
9.3%의 매출액 증가율을 달성하였습니다.

LG하우시스는 2009년 4월
LG화학으로부터 분할한 우리나라 최대규모의
건축장식자재 기업이자 고기능소재·부품 기업입니다.

이해관계자에게 분배한 금액

P.30

18,986 억 원

LG하우시스가 창출한 경제적 가치를
이해관계자들에게 고르게 분배하고 있습니다.

2011	18,986 억 원
2010	18,432 억 원
2009	16,849 억 원

III. Harmony with Nature

녹색경영	34
친환경제품	36
기후변화 대응	40
환경안전	42
친환경사업장	44

IV. Harmony with Human

임직원	50
고객	58
협력회사	62
지역사회	65

V. Appendix

데이터 요약	70
제3자 검증의견서	72
GRI G3.1 Index	74
주요 수상현황 및 활동단체	78
용어집	79
참여자 정보	80

친환경인증 제품수 **95** 제품

환경표지, HB마크, 탄소성적표지 등 친환경제품 인증은 2011년 12월말 기준으로 95건을 보유하였습니다.

P.37

온실가스 감축량 **11,186** tCO_2e

설비 및 공정상의 운영 방식 개선을 통하여 2011년 온실가스 배출량을 11,186tCO_2e 감축하였습니다.

P.40

P.14
P.62

협력업체 및 대리점 정도경영 교육 참여인원 **2,394** 명

협력회사, 대리점 교육활동을 통해 LG의 정도경영 원칙을 전파하고 있습니다.

P.61

Z:ENNE

Z:IN 브랜드 인지도 제고,
제품 개발 및 마케팅 활동 전반에 대한 고객의 의견과 니즈를 듣기 위한 여성 그룹입니다.

P.52

1인당 연평균 교육비용

1,351,091 원

글로벌 수준의 경쟁력을 갖춘 전문가를 육성하기 위해 다양한 교육 프로그램을 운영하고 있습니다.

P.65

지역사회 투자비용

1,576 백만 원

자연, 사람, 공간에 대한 사회적 기여를 목표로 사회환원에 역점을 두고 있습니다.

CEO Message

여러분 안녕하십니까?

LG하우시스가 지속가능한 발전을 위해 추진하고 있는 경제·환경·사회적 측면의 다양한 활동과 성과를 담아 'LG하우시스 지속가능경영 보고서 2012'를 발간하게 된 것을 매우 기쁘게 생각합니다. 본 보고서를 통해 LG하우시스의 지속가능경영 활동을 공유 드리고, 여러분의 소중한 의견을 받아들여 앞으로의 경영활동에 적극 반영해 나가고자 합니다.

LG하우시스는 우리나라 화학산업을 이끌고 있는 LG화학에서 2009년 분할한 신설법인으로, 지난 반세기 동안 업계를 리드해 온 한국 최대의 건축장식자재기업입니다. 최근에는 복합 소재 개발, 표면처리, 점/접착 기술 등 LG하우시스의 핵심 기반기술을 바탕으로 고 단열성 창호재, 기능성 유리, 기능성 점착필름, IT·가전용 고기능 표면소재, 고효율 진공단열재, 친환경 합성목재 등 미래성장동력 사업을 지속적으로 확장해나가고 있습니다.

지난 한해 당사는 글로벌 경기침체 속에서도 미국, 중국, 러시아 등 해외 전략시장에 적극적인 현지화 사업기반을 구축하여 해외사업 비중이 30%대를 넘어섰고, 국내 건축경기침체 장기화와 원료가 급등의 어려운 경영환경 속에서도 완성창 사업모델 혁신과 친환경 자재의 확대, 그리고 IT·가전소재와 신 사업의 비중 확대로 본격적인 성장궤도 진입을 위한 기반을 다졌습니다. 어려운 환경 속에서도 의미 있는 결

과를 만들어 낼 수 있었던 것은 LG하우시스를 믿고 격려해 주셨던 고객과 이해관계자 여러분의 성원이 있었기에 가능했던 것이라 생각합니다. 앞으로도 LG하우시스는 고객에게 특별한 가치를 만들어 내는 강한 회사가 되기 위해 노력할 것을 약속 드리며, 성원해주신 여러분께 감사의 말씀을 전합니다.

LG하우시스의 비전은 '자연을 닮은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 만듭니다'입니다. 이는 제조, 마케팅, 영업, 유통과 연구개발 전 부문에서 고객의 행복한 공간을 직접 책임진다는 자세로 새로운 생활가치를 창조해 가자는 의미로서, 친 인간적이고, 친 환경적인 제품, 에너지 절감 제품을 지속적으로 만들어 고객이 우리회사의 제품과 서비스를 사용하면 행복한 생활공간을 경험할 수 있다는 믿음을 전하고자 노력하고 있습니다.

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

첫째, 그린경영 목표수립 및 온실가스 감축계획을 확립하여 실천하고 있습니다. 사업장별 오염물질 배출을 최소화하고, 폐가스를 재이용하며 청정연료의 사용량을 늘리는 방식으로 연간 1만5000톤 이상의 이산화탄소를 감축하고 있으며, 2012년 까지 기존 연료의 청정연료 전환사업으로 탄소배출권 4만톤 확보를 목표로 하고 있습니다. 또한 국내에서 처음으로 해외 자발적 탄소인증기준(VCS·Voluntary Carbon Standard)을 통과하여 기후변화에 적극적으로 대응하는 저탄소 녹생성장의 회사로서 자리매김하고 있습니다.

둘째, 탈PVC의 친환경 소재, 에너지절감 자재의 개발로 지속가능한 제품 리더십을 확보하고 있습니다. 자사의 다양한 제품을 친환경인증제품으로 생산할 뿐만 아니라 이에 대한 탄소성적표지제도를 업계 최초로 도입해 소비자의 신뢰도를 높여가고 있습니다. 아울러 서울시에서 추진하는 에코마일리지 제도에 동참하여 친환경 소비운동의 확산에 앞장서고 있습니다. 2011년에는 한국 에너지재단과 함께 저소득층 주택의 에너지효율개선사업에 창호납품 업체로 참여하여, 고효율 창호를 통한 탄소발생 감축을 지원하고 있습니다.

셋째, LG하우시스는 자연을 보존하며 지역사회 발전에 이바지하고 있습니다. 세계수준의 친환경기술과 제품, 반세기 동안 축적된 노하우를 활용하여 LG하우시스만의 차별화된 사회공헌 활동을 정립하고, 지속적으로 실시해 오고 있습니다. 2008년부터 진행중인 독도 천연보호구역 지킴이 활동, 청소년 공공시설과 지역아동센터에 대한 행복한 공간 만들기, 청소년 교육, 환경보호 등 지역사회 공헌활동으로 지역사회와 함께 성장하기 위한 기업의 사회적 책임을 이행하고 있습니다.

넷째, 경제적 성장과 더불어 사회적 책임도 다하기 위해 LG하우시스의 전 임직원은 정정당당하게 역량을 키워 승부하자는 윤리 경영을 기반으로 실질적인 성과까지 창출하는 정도경영을 실천하고 있습니다. 특히 'Do Things Right'라는 자율적 정도경영 실천활동을 통해 기업 운영에서 발생할 수 있는 각종 위험을 스스로 예방하면서, 임직원들의 정도경영 생활화에 앞장서고 있습니다. 또한 협력회사와의 동반성장을 위해서는 공동 기술개발과 특허 출원, 사업지원과 금융지원을 통한 역량강화, 각 협력회사와 경영진과의 소통활동을 꾸준히 진행하고 있습니다.

앞으로도 LG하우시스는 고객에게 건강한 친환경 제품과 소재를 공급하고, 에너지 효율을 극대화하는 시스템과 솔루션을 제공하여, 한국의 그린성장을 선도하는 기업으로 자리매김하겠습니다. 나아가 글로벌 기업으로서의 해외사업 비중을 더욱 높여갈 것을 약속 드리며, 사회적 책임을 꾸준히 실천하여 고객의 신뢰와 존경을 받는 기업이 되도록 노력하겠습니다. 앞으로도 여러분의 지속적인 격려와 성원을 부탁 드립니다.

감사합니다.

(주) LG하우시스 대표이사 한 명 호

기업소개

우리나라 최대 규모의 건축장식자재 기업이자 고기능소재·부품 기업입니다

LG하우시스는 1958년 비닐장판 생산을 시작으로 우리나라 최초의 플라스틱 창호인 '하이샤시', 세계 시장점유율 1위의 고광택시트, 인테리어 대리석 '하이막스', 건물일체형 태양광발전 시스템(BIPV) 등 차별화된 제품과 서비스를 제공함으로써, 지난 50여 년간 우리의 생활공간을 행복하고 윤택하게 만드는 데 기여해 왔습니다. LG하우시스는 시장을 선도하는 1등 제품과 진보된 기술력을 바탕으로 아름답고 쾌적한 공간을 설계하고, 다양한 친환경 신소재와 고감성 제품들을 제공하고 있습니다. 또한 적극적인 현지화 전략을 펼쳐 미국, 중국, 러시아 등 세계 곳곳에서 탁월한 성과를 창출하는 글로벌 기업으로 성장하고 있습니다.

하우스 House + 시스템 System > 하우시스 Hausys

연도	내용
1947	락희화학공업사(현, LG화학) 창립
1952	국내 최초 합성수지 성형제품 생산
1958	비닐장판 생산
1976	PVC창호(Hi-Sash) 생산
1984	자동차 플라스틱 부품 생산
1995	인조대리석(Hi-MACS) 생산
1996	시스템창호 출시
1997	중국 천진 생산법인 설립
2001	기업분할(LGCI, LG화학, LG생활건강)
2005	미국 인조대리석 공장 완공
2006	프리미엄 인테리어 브랜드 Z:IN 런칭
2009	기업분할(LG화학, LG하우시스)
2009	LG하우시스 출범

01 본사 _Seoul
기획/관리, 인사, 마케팅, 영업 등

02 울산공장 _Ulsan
바닥재, 고기능소재, 자동자부품/원단

03 청주공장 _Cheongju
창호재, 바닥재, 인테리어대리석

04 구미공장 _Gumi
IT분야 신소재

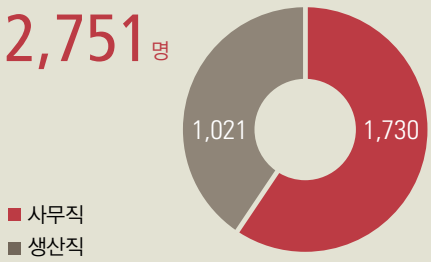
05 하우시스 연구소 _Anyang
R&D

06 디자인센터 _Seoul
제품 디자인 개발

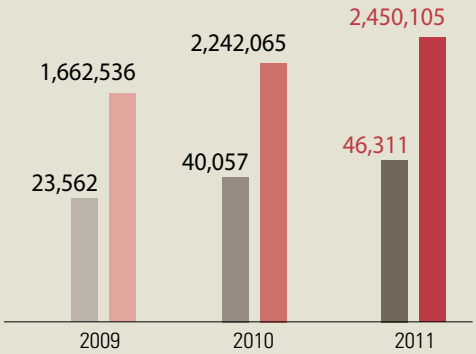
07 지인 전시장 _Seoul
인테리어, 제품 전시장

08 천안물류센터 _Cheonan
통합 물류센터

임직원 수 | 2011년 말 기준



재무정보 | 단위_ 백만 원



- 2009.04 (주)LG토스템비엠 J/V 설립
- 2009.06 (주)하우시스이엔지 자회사 설립
- 2009.12 건축자재업계 최초 탄소성적표지인증 취득
- 2009.12 국내 최초 진공단열재 (V-Panel)국산화
- 2009.12 국내 최초 해외 자발적 탄소인증 (VCS) 획득
- 2010.05 세계 최초 창호일체형 자동환기창 출시
- 2010.08 국내 최초 진공유리 출시
- 2010.09 (주)하우시스인터페인 J/V 설립
- 2010.09 세계 최초 옥수수 원료 천연소재 마루 출시(지아마루)
- 2011.04 매장형 창호전문점 '지인 윈도우플러스' 개장
- 2011.05 오창 알루미늄 창호 공장 완공
- 2011.08 미국 엔지니어드 스톤(비아테라) 공장 완공

비전과 중장기 목표

비전과 고객가치 | 자연을 닮은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 만듭니다.

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

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

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

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

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

Eco-Friendly
소재 다각화를 통한 친환경 소재로 전환
(친환경 제품/소재 확대)

Energy Saving
에너지 효율을 극대화하는 System & Solution
(고품질창/Green Car 소재)

Human-Friendly
신뢰와 감동을 주는 고객접점 강화
(Brand Power 증대, 유통 혁신)

핵심가치

LG하우시스는 경영철학과 비전을 실천하기 위해 '고객에 대한 감수성', '개인 강점에 기반한 팀웍', '세계 수준의 전문성', '창의와 자율에 기반한 도전성'의 네 가지 핵심가치를 이해관계자와 공유하고 있습니다. 이를 통해 유쾌한 변화와 개인의 성장 및 발전을 이끌어 내고 회사의 성장과 발전을 도모하고 있습니다.

고객에 대한 감수성

- 고객의 요구와 시장의 변화에 공감
- 고객의 잠재 Needs/Wants까지 실현

개인 강점에 기반한 팀웍

- 자신감/긍정적 생각/개성
- 20~30대 미래 세대들이 즐겁게 일하는 회사
- 개인의 강점과 다양한 융합

세계 수준의 전문성

- 고객으로부터 세계 최고 수준이라고 인정받음
- 세계 최고 수준의 회사와 경쟁

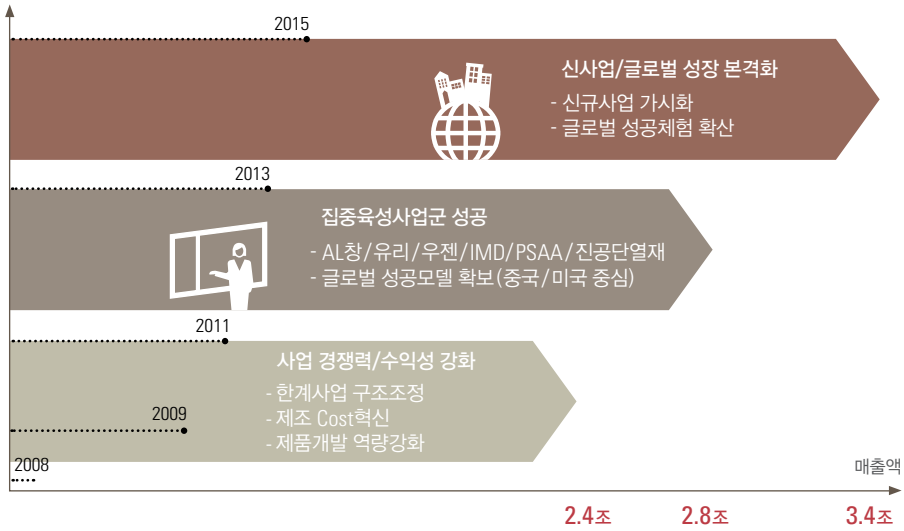
창의와 자율에 기반한 도전성

- 전문적 지식에 기반/창의가 발휘될 수 있는 환경
- 스스로 자기개발/의사결정에 책임을 지는 환경

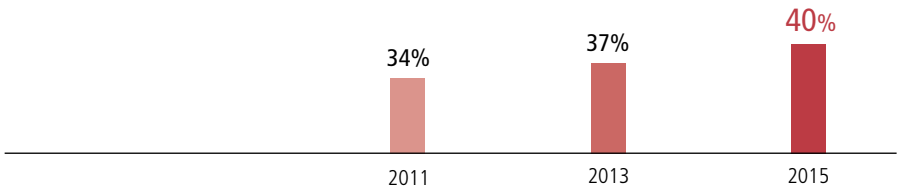
LG하우시스의 중장기 목표

LG하우시스는 존경받는 글로벌 기업으로 도약하기 위해 2015년까지 3단계에 걸친 중장기 성장 로드맵을 수립하였으며, 매출액 3.4조 원이라는 재무목표를 달성할 계획입니다. 단계적으로 사업 경쟁력과 수익성 강화, 집중육성사업군 성공, 신사업 및 글로벌 성장 본격화를 통해 매출액 증가와 함께 해외사업 매출비중 증대를 이루며 글로벌 기업으로 거듭나고자 합니다.

성장 로드맵



해외사업 매출 비중



2012 경영전략

LG하우시스는 중장기 목표를 달성하기 위해 사업 경쟁력과 수익성을 강화함과 함께 안정적인 수익구조 확보를 위한 혁신활동 및 투자성과 창출에 집중할 계획입니다. 이를 위해 건축장식자재 및 고기능소재·부품사업의 신사업 진출과 혁신경영을 강화하고 해외 현지 투자를 통해 글로벌 성장을 본격화하고 있습니다.

건축장식자재 |

사업모델/유통 혁신 완성 및 그린제품 확대

- 완성창 사업체제 구축 완료, 유리/AL창 경쟁우위 확보
- 고객 접점 직영 판매체제 확산
- 친환경·에너지절감 건축자재 확대

고기능소재·부품 |

신사업 성과 창출 및 기존사업 차별화

- IT/가전소재 차별화 및 고객 기반 확대
- 자동차원단 글로벌 비중 확대

글로벌 |

중국/미국 현지 투자성과 창출

- 중국 투자성과 실현 및 제조 혁신
- 미국 이스톤 성과 극대화 및 유통 강화
- 글로벌 B2B 사업 강화를 통한 고객 확대

주요제품소개

창호재

건물 고층화 및 디자인 차별화 등 다양한 수요에 대응할 수 있는 우수한 성능의 창호를 통해 에너지를 적게 사용하며 건강하고 쾌적한 생활환경을 만들 수 있도록 도와드립니다.

주요제품
1) PVC창호 : 다양한 디자인과 우수한 에너지 성능의 내/외창 및 시스템창으로 구성된 PVC 창호제품
2) AL창호 : 친환경소재와 다양한 컬러 및 디자인, 강한 구조강도의 AL창, AL-WOOD창 및 시스템 커튼월의 AL창호제품
3) 기능성 유리 : 고단열 Low-E 유리, Low-E 삼중유리 등 에너지 효율성을 강화한 기능성 유리와 BIPV (Building Integrated Photovoltaic system) 제품

완성창 사업의 신유통 모델 혁신과 친환경, 고성능제품 개발로 고객 만족 실현

박현신 상무 | 건축경기 침체와 원료 가격의 지속적인 인상으로 건축 관련 산업이 전반적으로 어려움을 겪고 있습니다. 하지만 지인 창호는 언제나 고객만족을 최우선으로 생각하며 사업의 성장방향 역시 고객을 위한 가치제공에 초점을 맞추고 있습니다. 이를 위해 "완성창 사업"의 새로운 유통혁신 모델을 완성하고, 명품 창호 구현을 위한 친환경 고성능 창호, 유리 개발을 가속화해 나가고 있습니다. 지인 창호는 선진 자동화 기술을 접목한 첨단 가공생산라인을 구축하고 슈퍼 단열창, 우드스타창 등 완성창 전용 제품 Line-up을 지속 확대하고 있습니다. 또한 최초 창호전문 매장인 윈도우플러스를 전국 단위로 확대하고 전문 상담가 육성을 통해 고객에게 차별화된 구매경험과 가치를 제공하고 있습니다. 아울러 고효율 녹색성장에 맞추어 냉난방 에너지 부하를 획기적으로 낮출 수 있는 고성능 Low-E 코팅유리를 양산화 중입니다. 앞으로도 자발적 혁신과 실행중심의 조직문화를 기반으로 지속적인 건축 패키지 솔루션 확보를 통해 고객의 건강하고 행복한 삶 제공에 앞장서 나갈 것입니다.

장식재

천연소재인 옥수수 전분을 이용한 바닥재인 지아마루와 지아벽지 등 친환경 인테리어 자재의 지속적인 개발을 통하여 소비자의 삶의 질 향상에 기여하고 있습니다.

주요제품
1) 친환경 장식재 : 친환경 천연 지아마루/벽지, 공기정화 기능성 숨타일 및 벽지, 프탈레이트 프리 PVC바닥재
2) 친환경 외장재 "우젠" : 천연 목분과 올레핀계 수지를 이용한 고강도 외장 및 조경용 합성목재

친환경자재로 시장 석권 및 글로벌화의 가속을 통한 혁신역량 강화

배동호 상무 | 건축 내외장재의 국내외 사업환경은 건축 경기에 따라 변동 요인이 많으며 최근 국내 건축시장 위축에 따라 장식재 사업도 영향을 받고 있습니다. 하지만 중국, 중남미 등 해외 시장에서의 인지도가 점차 확대되고 삶의 질 향상에 대한 요구와 더불어 친환경제품에 대한 고객의 수요도 지속적으로 증가하고 있어 장식재 사업은 새로운 기회를 맞이하고 있습니다. 이러한 국내외 환경에 선도적으로 대응하기 위해 "친환경자재로 시장 석권 및 글로벌화의 가속"을 성장 방향으로 정하고 친환경자재 육성, 글로벌화, 내외장재 사업진출, 유통혁신을 주요 전략과제로 수립하였습니다. 이를 위하여 중국, 러시아, 중남미 등 해외 시장에서 고품질 및 친환경제품의 차별화된 전략으로 입지를 선점하고, 유통구조 혁신을 통하여 소비자 접점 유통변화를 가속화하고 있습니다. 향후 LG하우시스는 고객에게 차별화된 제품을 제공하고 사회적 역할과 책임을 다하여 건축자재 분야의 지속가능한 기업으로 거듭날 것을 약속 드립니다.

주요제품소개

고기능소재

표면소재 기술과 디자인 역량을 바탕으로 가구 및 창호용 데코시트와 건물 내벽용 인테리어필름, 가전 표면 마감재 세계 시장 점유율 1위인 고광택시트를 공급하고 있습니다.

주요제품
1) 기능성 점착필름 : 광고용 점착소재, 휴대폰/노트북용 점착소재 등 기능성 점착필름
2) IT/가전 표면소재 : 노트북, 휴대폰 케이스에 패턴 및 디자인을 부여하는 사출성형용 필름
3) 고광택시트 : 세계 시장점유율 1위의 냉장고, 세탁기 등의 표면 마감재

R&D 및 기술 역량 확보와 투자를 통한 지속적인 사업 역량 강화

조윤행 상무 | 고기능소재 부문에서는 가전, 가구, 광고용 실사 소재 등 기존 사업에서의 차별화 제품경쟁력을 지속 강화해 나가고 있으며, 또한 변화가 빠른 휴대폰, 노트북 등 IT Digital Device 시장에서 탁월한 외관 및 Customized된 특성부여를 위한 소재요구에 적극적으로 대응하기 위해 지속적으로 R&D역량 및 차별화 공정개발을 확보하고 투자를 확대해 나가고 있습니다. 친환경 에너지 절감 등의 글로벌 환경적, 사회적 이슈를 고려한 혁신적인 기술 개발로 미래자산인 환경보호를 통해 글로벌 기업으로서의 사회적 책임을 다하고 글로벌 현지화 기반을 지속 강화하여 성장기회를 확대하고 있습니다. 앞으로도 LG하우시스는 지속적인 고객가치 창조활동과 글로벌 기업으로서의 사회적 책임을 통해 고객에게 신뢰받고 지속적으로 성장하는 기업으로 거듭나겠습니다.

소재부품

자동차용 Bumper, Interior 표면소재 등을 국내 최초로 개발하여 산업발전에 기여해 왔으며, 향후 친환경, 에너지 세이빙 제품을 확대 제공하겠습니다.

주요제품
1) 자동차용 소재/부품 : 자동차용 내외장재, 각종 부품 및 경량화 소재
2) 진공단열재 : 냉장/온열용 가전기기, 건축용 단열재 등

친환경, 고기능성 중심의 제품 차별화 및 적극적인 해외사업 확장을 통한 Global Top Player로 성장

황진형 상무 | 소재부품 사업부는 제품 생산에 필요한 각종 원재료의 가격 상승과 Green 정책 적용이 강화되고 있는 사업환경에 놓여 있습니다. 특히 주 사업 분야인 자동차 산업에서 친환경, 기능성 원단 및 경량화 부품에 대한 고객 니즈가 빠르게 증대되고 있는 추세입니다. 이러한 고객과 시장의 니즈를 선도적으로 충족시키기 위해 올레핀계 수지 및 바이오 소재 등 환경 친화적인 원료를 적용한 원단 신제품과 장섬유강화플라스틱 경량화 부품 개발에 꾸준히 노력해 왔습니다. 이와 함께 생산과정에서 발생하는 온실가스 발생 저감을 위해 공정 혁신과 생산성 향상에 지속적으로 노력하고 있으며, 진공단열재의 성능 강화 및 시장 확대로 Global 녹색성장 기조와 Energy-Saving 정책에 이바지하고 있습니다. 앞으로 소재부품 사업부는 친환경, 차별화 제품 개발에 더욱 박차를 가하고 보다 적극적인 해외시장 공략을 통해 기능성 산업용 소재 및 부품 분야의 Global Top Player로서 지속가능한 성장을 이루어 낼 것입니다.

표면소재

인테리어 대리석 하이막스의 해외사업 확장과 고급 엔지니어드스톤 비아테라의 미국 현지 공장 준공을 통해 시장의 주도권을 확보하며 진정한 Global Major Player로 도약하고 있습니다.

주요제품
1) 하이막스 : 주방가구 등의 상판 및 표면재에서 건축 내외장재까지 다양한 디자인 공간을 창조할 수 있는 고품격 인테리어 대리석
2) 비아테라 : 천연석의 단점인 위생성과 내구성을 보완하고 천연석의 장점인 자연스러운 아름다움을 그대로 살린 최고급 엔지니어드 스톤

국내외 현지화와 사업영역 확대를 통해 표면소재 글로벌 기업으로 성장

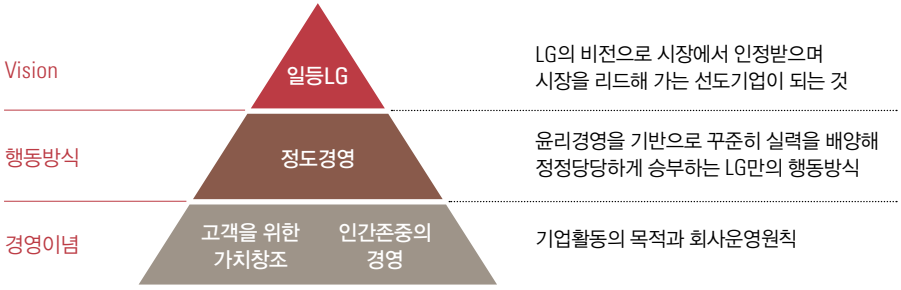
김광진 수석부장 | 최근 글로벌 경제 위기로 인한 시장의 위축을 기업의 위기이자 도약의 기회로 삼고 있습니다. 국내외 고객의 니즈에 발빠르게 대응하기 위해 북미 생산 및 판매법인을 비롯하여 유럽, 중국 등 글로벌시장에 현지화를 지속적이고 체계적으로 추진하고 있습니다. 또한 글로벌 경쟁력을 강화시키기 위해 친환경제품 생산과 제품 차별화에 끊임없이 노력하고 있습니다. 뿐만 아니라 고객의 안전을 위해 원료부터 완성품까지 검증된 재료를 이용하여 표면소재 제품을 생산하고 있으며, 환경오염물질의 발생량 또한 지속적으로 감축해 오고 있습니다. 제품을 생산하는 과정에서 발생하는 폐기물을 수거하고 재활용하는 프로세스 개발을 통한 차별적 재활용 제품을 출시하여 폐기물 처리에 필요한 비용 절감을 실현하고 있습니다. 또한 현재까지 집중하던 주택용 시장 이외에 가전, 가구, 내외장재 그리고 예술품까지 표면소재의 사업영역을 확대시켜 나가고 있습니다.

정도경영

LG하우시스는 고객으로부터 존경받는 기업이 되기 위해 노력하고 있으며 고객의 요구, 환경의 변화, 경영가치의 변화에 맞는 정도경영 실천 프로그램을 개발하는 등 다양한 노력을 기울이고 있습니다.

LG Way와 정도경영

LG하우시스는 LG 고유의 기업문화인 LG Way를 추구하고 있습니다. LG Way란 우리가 추구하는 '고객을 위한 가치창조'와 '인간존중의 경영'이라는 경영이념을 '정도경영'으로 실천해 궁극적 지향점인 '일등 LG'를 달성하자는 것을 의미합니다. 이 단계에서 LG의 정도경영은 윤리경영을 기반으로 꾸준하게 실력을 배양해 정정당당하게 승부하자는 LG만의 행동방식을 의미합니다.



LG하우시스의 정도경영

LG하우시스는 '정도경영은 선택이 아닌 기업의 생존을 위한 필수요건'임을 인식하고 있으며, 임직원의 부정 및 비리행위를 사전에 예방하고 정도경영 문화를 정착하기 위하여 전 임직원을 대상으로 매년 정도경영 교육 및 홍보활동을 실시하고 있습니다. 이에 따라 LG Way와 LG의 정도경영 원칙을 토대로 LG하우시스의 정도경영은 단순히 윤리경영만을 의미하는 것이 아니며, 윤리경영에서 나아가 경쟁에서 이길 수 있는 실력을 바탕으로 실질적인 성과를 창출하는 것을 의미합니다. 회사는 고객을 위한 가치창조와 인간존중의 경영을 통해 정도경영을 실천하고 있습니다. 이를 위해 회사는 고객에게 정직, 더 나은 가치를 제공하기 위해 꾸준한 노력, 이노베이션으로 실력 배양을 통해 고객을 위한 가치를 창조하고 있습니다. 또한 공평한 기회 제공과 실력에 따른 공정한 대우를 통해 인간존중의 경영을 펼치고 있습니다. 회사는 정도경영과 윤리규범을 업무에 적용하는 한편, 과거 관행으로 인식되었던 불합리한 점들을 자율적으로 개선하여 정도경영을 생활화하는 조직문화로 정착시키고 있습니다.

정도경영

윤리경영	정직	원칙과 기준에 따라 투명하게 일한다
	공정대우	모든 거래관계에서 공평하고 공정하게 한다
+		
실력배양	정당한 경쟁	정정당당하게 경쟁하여 이길 수 있는 실력을 키운다

정도경영 추진 체계

LG하우시스는 정도경영 전담 조직을 통해 정도경영과 관련된 주요 업무를 주관하고 있으며, 현장 중심의 정도경영 실천을 위해 각 부문과도 유기적으로 상호 협력하고 있습니다.

윤리규범 구성 및 주요내용

제 1장 고객에 대한 책임과 의무
제 2장 공정한 경쟁
제 3장 공정한 거래
제 4장 임직원의 기본 윤리
제 5장 임직원에 대한 책임
제 6장 국가와 사회에 대한 책임

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.

정도경영 실천 프로그램

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

임직원 정도경영 실천 서약서 | LG하우시스의 전 임직원은 LG윤리규범 준수 및 정도경영 실천을 다짐하는 '정도경영 실천 서약'을 매년 온라인을 통해 실시하고 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 기부 하거나 사내경매를 실시하여 그 수익금을 사회공헌활동에 사용하고 있습니다.

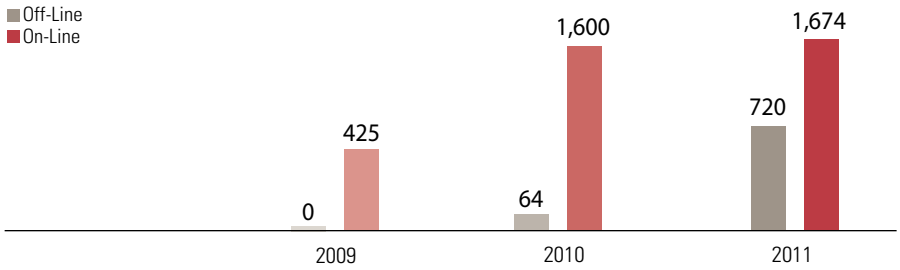
신문고제도 | 신문고제도는 정도경영 위반행위에 대한 신고 시스템으로, 임직원들의 우월적 지위를 이용한 불공정한 업무처리 및 금품수수행위, 그리고 LG 윤리규범에 위배되는 일체의 업무행위를 신고 대상으로 하고 있습니다. 또한 온라인 제보가 불가능한 제보자를 위해 전화, 팩스, 우편 및 직접방문을 통해서도 동일한 제보가 가능합니다. 제보자 관련 정보는 철저하게 보호되고 있으며, 만약 제보로 인하여 제보자가 불이익을 받을 경우 원상복구 혹은 이에 준하는 보상조치를 하도록 하고 있습니다.

정도경영 교육과 홍보활동 | LG하우시스는 임직원을 대상으로 영업, 구매, 사업가 육성 등 업무에 맞는 교육은 물론 신입, 관리자, 리더십 등 직급에 맞는 교육을 함께 실시하고 있습니다. 임직원 뿐만 아니라 협력회사 및 대리점에 대해서도 윤리경영에 대한 내용을 전파하고 있으며, 3년 주기로 최소 1회 이상 정도경영 관련 교육을 접할 수 있도록 노력하고 있습니다. 또한 미국, 중국, 러시아, 유럽 해외법인에 대한 교육 및 홍보활동 강화를 위하여 최소 1년 1회 이상 정도경영 교육을 실시하고 각 법인별로 감사 Pool을 운영할 계획입니다. 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 힘쓸 것입니다.

2011년 정도경영 교육현황

교육 회수(건)	45
참여 임직원(명)	635
교육시간(시간/명)	1.5

협력업체 및 대리점 정도경영 교육 참여인원 | 단위_ 수



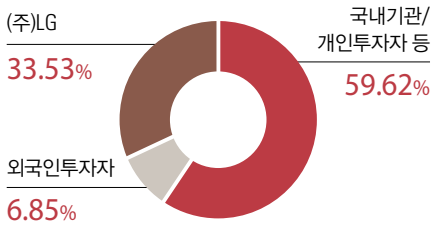
지배구조

LG하우시스는 투명한 경영활동을 통해 신뢰받는 기업을 만들어가고 있으며, 효율적인 기업지배구조를 만들어 가고 있습니다. 이에 따라 투명한 정보공개와 감사위원회의 독립성을 바탕으로 투명한 지배구조를 유지하고 있으며, 상호 견제가 가능한 공정하고도 효율적인 의사결정체계를 구축하고 있습니다.

주주 구성

LG하우시스는 2009년 4월 1일을 기준일로 (주)LG화학의 산업재 사업부문이 분할하여 설립되었으며, 현재 국내 최대규모의 건축장식자재, 고기능소재·부품 기업으로 거듭나고 있습니다. 지속가능한 기업을 만들기 위해 공정하고 안정적인 소유구조를 갖추고 있습니다. 2011년 12월 31일 현재 보통주 발행주식수 기준 (주)LG의 주식보유 비율은 33.53%입니다.

주주구성 | 보통주 기준



이사회

LG하우시스 이사회는 회사의 주요 업무집행의 결정과 이사진의 직무집행에 대한 감독권을 가지고 있으며 법령 또는 정관에 정하여진 사항, 주주총회로부터 위임받은 사항, 업무집행에 관한 중요사항을 의결합니다. 이사회는 총 7인으로 구성되어 있으며, CEO와 의장직을 분리하고 사외이사의 이사회 참여를 보장하여 합리적이고 투명한 의사결정이 이루어 질 수 있도록 하고 있습니다.

이사회 구성 | 이사회는 2인의 사내이사와 2인의 기타 비상무이사, 3인의 사외이사로 구성되어 있습니다. 이사회 내에는 감사위원회가 있으며 감사위원회는 3인의 사외이사로 구성되어 있습니다.

이사회 선출에 있어 상법 등 관련 법령상의 절차를 준수하고 있습니다. 이사회 구성과 관련해서 이사회 및 주주총회 승인까지 받도록 하며 사외이사는 이사 총수의 4분의 1이상으로 주주총회에서 이를 선임합니다. 또한 선발된 사외이사들은 해당 사업, 기술 관련 이해도 및 전문성을 바탕으로 한 적극적인 이사회 활동 수행 여부 등을 토대로 매년 종합평가하여 3년 임기가 만료된 후 재선임 추천 시 적극 반영하고 있습니다. 뿐만 아니라 해당 분야에 대한 전문성, 경영진에 대한 독립성 및 실질적 활동 가능 여부, 연령 등을 고려하여 후보 추천을 하고 있습니다.

구분	성명	직책	담당업무 또는 주된직업	회사와의 거래관계	비고
상근	한명호	사내이사	대표이사	無	
	김홍기	사내이사	CFO	〃	
비상근	조준호	기타 비상무이사	(주)LG대표이사 사장	〃	이사회 의장
	유지영	기타 비상무이사	(주)LG경영관리팀 화학담당 상무	〃	
	오찬석	사외이사	(주)LG하우시스 사외이사	〃	감사위원회 위원장
	김명환	사외이사	해안건축설계사무소 부회장	〃	감사위원회 위원
	김현	사외이사	고려대 조형학부 교수	〃	감사위원회 위원

LG하우시스는 총 3인의 사외이사가 활동하고 있습니다. 사외이사는 회사 경영에 대한 실질적인 모니터링 및 견제 기능을 수행하는 한편 충실한 조언을 제공함으로써 객관적인 조력자의 역할도 수행하고 있습니다. 이사들은 회사의 중요한 경영사항이나 경영진의 업무집행 등에 관해 활발한 의견 개진과 함께 평가, 감독에 관한 업무를 담당하고 있습니다. 사외이사진은 공인회계사 출신의 회계·재무 전문가와 주택공사 출신의 건설 전문가 및 현직 디자인학과 교수 등으로 구성되어 있으며, 경제·환경·사회에 대한 LG하우시스의 전략적 방향 및 현안 이슈 등에 대한 내용을 청취하고 의견을 적극적으로 개진함으로써 큰 도움을 주고 있습니다. 또한 사회적 명망을 보유하여 향후에도 당사 대외 이미지 제고 등에 상당한 역할을 할 것으로 기대하고 있습니다.

이사회 활동과 성과평가 | LG하우시스의 이사회는 2011년에는 총 6차례의 이사회를 개최하였습니다. 이사회 중 사업계획 승인 등 총 24개 안건을 심의하였으며 이중 승인사항은 17건, 보고사항은 7건입니다. 또한 이사의 이사회 참석률은 평균 97.6% 입니다. 이사회 성과평가에 대해 물가 인상률 및 사외이사 보상의 대외 경쟁력 등을 고려하여 보수 지급 기준을 매년 산정하고 있으며, 보수 조정시 이사회에 상정하여 승인을 받는 프로세스를 갖추고 있습니다. 매년 연봉이 확정되면 1/12로 나누어 매월 균등한 금액이 지급됩니다.

2011 이사회 주요 의제

회차	개최일자	주요 내용	이사진 참석률(%)
1	2011.01.27	2010년 경영성과 보고 및 하우시스인터페인 증자 승인의 건	100.0
2	2011.02.21	제 2기 정기주주총회 소집 승인의 건	85.7
3	2011.04.18	2011년 1분기 경영성과 보고 및 LG-Tostem BM 지분율 변경(안), 미국법인 Credit Line 지급보증(안) 승인의 건	100.0
4	2011.07.20	2011년 2분기 경영성과 보고 및 중국 천진/우시법인 Credit Line 지급보증(안) 승인의 건	100.0
5	2011.10.19	2011년 3분기 경영성과 보고 및 본점 이전에 따른 소재지 변경(안), 미국법인(LGHSAI) Credit Line 지급보증(안) 승인의 건	100.0
6	2011.12.02	집행임원 인사(안), 제3회 무보증사채 발행(안), 미국, 중국법인 Credit Line 지급보증(안) 승인의 건과 하우시스 연구 부지 관련 보고	100.0

2011 감사의원회 주요의제

개최일자	주요 의안내용
2011.02.21	- 내부회계관리제도 운영실태 평가보고서(안) 승인의 건 - 내부감시장치에 대한 감사위원회의 평가의견서(안) 승인의 건
2011.04.18	- 사이버신문고 제보 접수 현황 - PVC창호 특판 영업 Process 진단결과
2011.07.20	- 사이버신문고 제보 접수 현황 - AL창호 특판 영업 Process 진단결과
2011.10.19	- 사이버신문고 현황 - 해외사업진단 보고

감사위원회 활동 | LG하우시스는 이사회 내에 감사위원회를 운영하여 감사기능의 독립성과 투명성을 높이고 있습니다. 감사위원회는 독립적으로 내부 감사계획을 수립, 집행하고 이에 대한 결과를 토대로 개선사항을 도출하고 있으며, 감사위원회 위원은 전원이 상법상 결격사유가 없는 사외이사로 구성하여 위원회 독립성을 견지하고 있습니다. 2011년 12월 31일 현재 감사위원회는 3인의 사외이사로 구성되어 있습니다. 감사위원회는 회사의 회계와 업무를 감사하며, 상시에 회사 영업에 대한 보고를 이사진에게 요구하거나 회사의 업무와 재산상태를 조사할 수 있는 권한을 행사하고 있습니다. 또한 특별한 이슈에 대해 회의의 목적사항과 소집의 이유를 기재한 서면을 이사회에 제출하여 임시총회의 소집을 청구할 수 있습니다. 뿐만 아니라 감사위원회는 그 직무를 수행하기 위하여 필요한 때에는 자회사에게 영업보고를 요구할 수 있고, 이 경우 자회사가 지체 없이 보고를 하지 아니할 때 또는 그 보고의 내용을 확인할 필요가 있는 경우 자회사의 업무와 재산상태를 조사할 수 있습니다. 법령 및 정관에 정하여진 사항, 이사회로부터 위임받은 사항을 의결하고 있습니다.

이해관계자 참여

이해관계자 및 커뮤니케이션

이해관계자 | LG하우시스는 경영활동에 있어 영향을 주고받는 그룹을 이해관계자로 정의하며, 경영활동 뿐만 아니라 법적·재무적·운영적 책임을 갖는 그룹기관, 미디어, 노동조합, NGO와 압력단체, 지역사회, 경쟁사, 오피니언 리더, 학계 등을 포함하고 있습니다. 각 이해관계자는 역할, 공헌도, 관계에 따라 크게 법적·재무적·운영적 책임을 갖는 그룹과 경영활동 및 성과에 영향을 주는 그룹으로 분류하며, 세부적으로는 주주 및 투자자, 임직원, 고객, 협력회사, 지역사회로 구분하고 있습니다.

이해관계자 참여 | LG하우시스는 이해관계자별 주요 이슈에 따라 다양한 커뮤니케이션 채널을 활용하고 있습니다. 주요 이해관계자인 고객과의 커뮤니케이션 채널은 VOC 프로세스, 제품책임 모니터링, 여성 컨설턴트 그룹 '지엔느' 등이 있으며, 이를 통해 고객의 의견을 제품개발 및 경영활동 전반에 적극 반영하고 있습니다. 임직원 주요 커뮤니케이션 채널로는 그린보드 및 정기적인 노사협의회, 임직원 상담센터를 운영하고 있습니다. 또한 경영활동의 중요한 파트너인 협력회사와의 지속적인 커뮤니케이션 활동을 통해 유기적인 관계 지속은 물론 협력회사의 니즈를 경영활동에 적극 반영하고 있습니다. 정기적으로 간담회와 협력회사 설명회를 개최하는 한편, 정도경영과 윤리경영에 대한 기업의 비전과 정책을 공유하고 있습니다. 이와 함께 지역사회 봉사활동과 간담회를 통해 기업이 활동하는 지역의 주민과 커뮤니케이션하고 있으며, 연구활동 참여 및 정부정책의 수행을 통해 정부 및 지역사회의 의견을 경영활동에 반영하고 있습니다. 앞으로도 이해관계자와의 적극적인 소통을 통해 이해관계자와 함께하는 지속가능경영을 정착시켜 나갈 것입니다. 이러한 이해관계자 참여의 결과는 경영활동에 반영하고 지속가능경영 보고서를 통해 공개하고 있습니다.

주요 이해관계자 커뮤니케이션 채널과 쟁점

이해관계자	주주 및 투자자	임직원	고객	협력회사	지역사회
주요이슈	- 공정한 정보공개 - 주주/투자자에 대한 보상	- 고용 - 노사관계 - 임직원 커뮤니케이션	- 마케팅 관련 고객 커뮤니케이션 - 고객 만족 활동	- 상생 경영 - 협력회사 선정의 공정성 및 투명성	- 사회공헌 활동
커뮤니케이션 채널	- 기업설명회 - 투자정보 공시 신용평가	- 그린보드 - 노사협의회 - 임직원 상담센터	- VOC 프로세스 - 제품 책임 모니터링 시스템 - 지엔느	- 협력회사 간담회/설명회 - 협력회사 정도경영 교육	- 지역사회 봉사활동 - 지역사회 간담회 - 홈페이지
페이지	2012 영업보고서	p.50 - 57	p.58 - 61	p.62 - 64	p.65 - 68

중요성 평가

LG하우시스는 지속가능경영보고서에 이해관계자들이 알고 싶어하는 주요 이슈를 담기 위하여 중요성 평가를 실시하였으며 중요성 평가 결과 도출된 이슈의 중요도, 이행 가능성을 고려하여 이슈의 우선순위와 보고 여부를 결정하였습니다.

중요성 평가 절차

LG하우시스는 2012년 지속가능경영보고서에서 주요하게 다룰 이슈를 선별하기 위해 중요성 평가를 실시하였습니다. 중요성 평가는 외부 이슈 파악, 내부 이슈 파악, 이슈 풀 구성 및 핵심이슈 도출 등 총 3단계로 이루어졌습니다. 외부 이슈를 파악하기 위해 국내외 선진기업 및 LG그룹 계열사에 대한 벤치마킹과 글로벌 스탠더드에 대한 검토 및 미디어 조사, 외부 이해관계자 리서치를 진행하였습니다. 또한 경영전략 분석, 임직원 인터뷰, 내부 이해관계자 리서치를 통해 내부 이슈를 도출하였습니다. 내·외부 이해관계자 리서치로부터 도출된 이슈를 바탕으로 이슈의 연관성 및 빈도, 사업연계성 등을 고려하여 핵심이슈를 선정하였으며, 이를 기업의 지속가능경영 현황 파악 및 향후 개선과제 도출에 활용하였습니다.

중요성 평가 절차

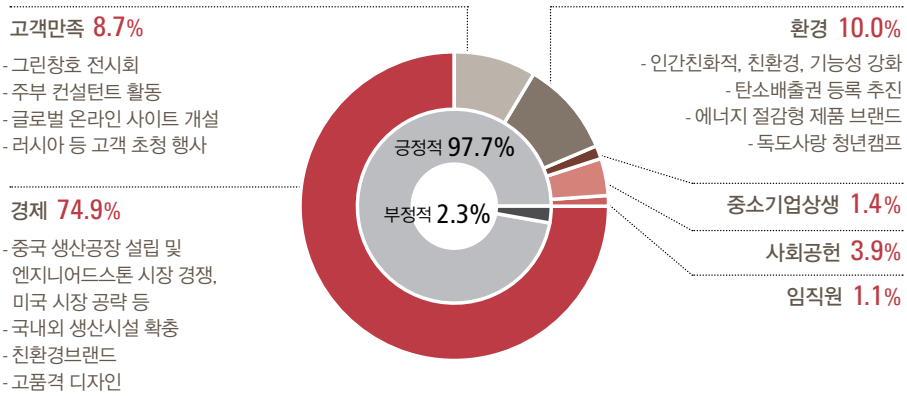
STEP 1 외부 이슈 파악	STEP 2 내부 이슈 파악	STEP 3 이슈 풀 구성 및 핵심이슈 도출
벤치마킹 국내외 선진기업 및 LG그룹 계열사	**사내 정책 및 경영전략 분석** 정책 분석 및 경영전략 분석, 경제효과 분석	**이슈 풀 구성** 내·외부 이슈 연관성 및 빈도 파악
글로벌 스탠더드 검토 GRI G3.1, ISO 26000, DJSI 등	**임직원 인터뷰** 임원 및 관련 부서 담당자 33명	**핵심이슈 도출** 글로벌 스탠더드, 비즈니스 영향을 고려한 내·외부 이슈 우선순위화
미디어 조사 2010. 1.1.~2011. 11.18 보도기사	**내부 이해관계자 리서치** 임직원 간담회, 임직원 워크숍, 내부 이해관계자 설문 등	
외부 이해관계자 리서치 고객 만족도 조사, 외부 이해관계자 설문 등		

STEP 1
외부이슈 파악

벤치마킹 및 글로벌 스탠더드 검토 | 창호재, 장식재, 표면소재, 고기능소재, 소재부품 등과 같은 사업군에 속하는 국내외 선진기업 및 LG그룹 계열사의 벤치마킹을 실시하였습니다. 또한 GRI G3.1, ISO 26000, DJSI 등을 검토하여 글로벌 지속가능경영 쟁점을 파악하였습니다.

외부 이해관계자 설문 | 2011년 12월 협력회사, 고객 등 외부 이해관계자를 대상으로 기업의 지속가능경영 수준평가 설문을 실시하였으며, 설문 결과 신규사업 개발을 통한 성장동력 확보, 친환경 제품, 사회공헌 활동을 주요 쟁점으로 파악하였습니다.

미디어 조사 | 2010년 1월 1일부터 2011년 11월 18일까지 2,718건의 기업관련 기사를 바탕으로 미디어에서 바라본 주요 경영활동을 분석하였습니다.



STEP 2
내부이슈 파악

경영전략 분석 및 임직원 인터뷰 | 사내정책 및 경영전략을 분석하여 지속가능경영 핵심이슈 도출에 활용하였습니다. 특히 친환경 제품 개발 등 신사업에 대한 확장과 R&D 투자 정책 등을 중점적으로 다루었습니다. 이와 함께 지속가능경영에 대한 임직원들의 공감대 형성 및 의견 교환을 위해 내부 워크숍을 실시하였으며, 지속가능경영에 대한 이해도 제고를 위해 관련부서 담당자들과 인터뷰를 진행하였습니다.

내부 이해관계자 설문 | 임직원을 대상으로 내부 지속가능경영 수준평가 설문을 실시하여 LG하우시스 내부의 주요 쟁점은 물론 지속가능경영 수준을 파악하였습니다. 그 결과 신규사업 개발, 지속가능경영 전략 개발, 친환경 제품설계, 임직원 보건안전을 주요쟁점으로 파악하였습니다.

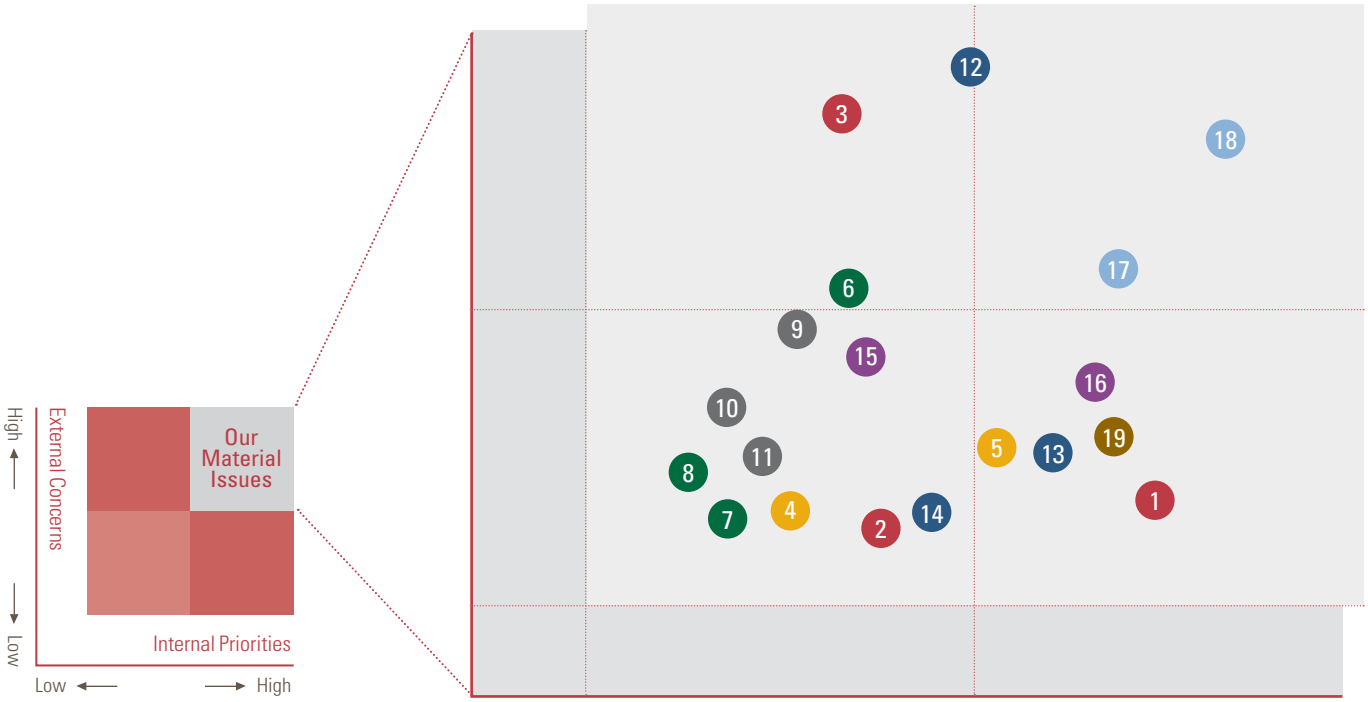
STEP 3
이슈 풀 구성 및 핵심이슈 도출

이슈 풀 구성 및 핵심이슈 도출 | 보고서 이슈 풀을 구성하기 위해 기업경영과 관련된 쟁점, 국내외 관련 기업에 대한 벤치마킹 및 산업군에서 새로이 부각되는 주요 이슈 분석, 미디어 분석, 지속가능경영 가이드라인 등을 바탕으로 지속가능경영, 경제·경영일반, 환경, 노동 및 인권, 정도경영, 제품책임, 협력회사, 지역사회 등 8개 영역 60여 가지 쟁점으로 이슈 풀을 구성하였습니다. 이러한 이슈 풀을 토대로 외부이슈 파악(STEP 1), 내부 이슈 파악(STEP 2) 결과를 종합하여 이슈 간 연관성 및 빈도를 중심으로 핵심이슈를 선정 및 우선순위화(STEP 3) 하였습니다.

중요성 평가 결과

중요성 평가 결과 경제·환경·사회 영역에서 총 19개의 핵심이슈가 선정되었습니다. 지속가능경영과 경제·경영 일반분야의 5개 이슈, 환경분야 3개 이슈, 사회분야 노동, 정도경영, 제품책임 등 11개 이슈가 핵심이슈로 선정되었습니다. 핵심이슈를 제외한 나머지 이슈는 경제·환경·사회 각 영역에서 보고하고 있습니다.

2011 중요성 평가 메트릭스



No.	Issue	Page
1	지속가능경영 전략	8-9
2	경영진 리더십	4-5
3	경영의 공정성 및 투명성	14-15
4	사회·환경을 위한 제품 및 서비스 개발	10-13
5	신규사업 개발을 통한 성장동력 확보	10-13
6	친환경 제품 설계	36-39
7	기후변화 대응	40-41
8	에너지 사용 효율화 및 절감기술 개발	40-41
9	고용	50
10	노사관계	57
11	임직원 커뮤니케이션	56

No.	Issue	Page
12	투명한 정보공개	59
13	공정한 경쟁 활동	64
14	윤리경영 관련법규 준수	15
15	마케팅 관련 고객 커뮤니케이션	61
16	고객 만족 활동	60
17	상생경영	62
18	협력회사 선정의 공정성 및 투명성	63
19	사회공헌 활동	65

- 지속가능경영
- 경제·경영 일반
- 환경
- 노동 및 인권
- 정도경영
- 제품책임
- 협력회사
- 지역사회

Harmony with Space

Economic Growth P. 24
Efforts for Sustainable Growth P. 26
Risk Management P. 29
Allocation of Economic Performance P. 30

Management Principles

2009년 LG화학에서 분할한 이후 대내외 환경의 어려움 속에서도 해외사업 및 신사업의 성장 가시화와 시장을 선도하는 친환경 제품 출시로 제품 경쟁력을 강화하고, 신성장 동력을 육성하는데 집중하고 있습니다.

2011 Performances

Category		2009	2010	2011
재무성과	매출액(백만 원)	1,662,536	2,242,065	2,450,105
	당기순이익증가율(%)	-	70.0%	15.6%
경영안정성	부채비율	109.9%	118.4%	168.9%
경영혁신	R&D 비용(매출액 대비)	1.85%	2.02%	1.94%
투명성	지속가능경영보고서 발간	-	-	최초발간

2012 Goal

- 효율적인 시장위험 관리와 부채 관리를 통한 안정적인 재무기반 구축
- 글로벌 시장 개척 및 신규시장 확장
- 친환경, 친인간적인 신소재 개발을 위한 연구개발 활동 확대
- 브랜드 경영 강화와 디자인 혁신

2012 Material Issues

External Concerns (+)

- 임직원·고객과의 커뮤니케이션
- 시설 및 연구 투자
- 사업확장을 통한 매출 증대
- 원가경쟁력 강화

- 지속가능경영 전략
- 경영진 리더십
- 경영의 공정성 및 투명성
- 사회·환경을 위한 제품 및 서비스 개발
- 신규사업 개발을 통한 성장동력 확보

External Concerns (−)

- 지속가능경영 관리조직 운영
- 위기관리
- 생산·유통구조 관리
- 일자리 창출

- 경영 혁신활동
- 공정한 성과분배 및 사회 기여

Internal Priorities (−) (+)

경제적 성과

LG하우시스는 2011년 건설경기와 부동산 경기의 침체가 지속되는 어려운 경영환경 속에서도 신성장 동력 사업 육성과 재무 건전성 추구 등을 통해 회사의 성장성, 수익성, 안정성을 추구하고 있습니다.

성장성

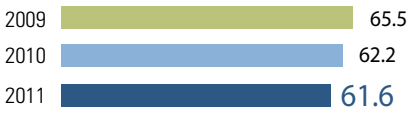
LG하우시스는 건축장식자재 부문과 고기능소재·부품 부문의 2개 사업부문으로 구성되어 있으며 사업 확장, 신시장 개척 등을 통해 9.3%의 매출액 증가율을 달성하였습니다.

건축장식자재 부문의 성장 | 건축장식자재 사업은 주택 건설 및 부동산 거래 시장의 회복이 지연되는 전방산업의 침체가 지속되는 상황에서 신제품 매출 및 해외사업 확대를 통해 매출은 증가하였지만, 주요 원자재(PVC, MMA 등) 가격 상승 등으로 인해 수익성은 다소 약화되었습니다. 이러한 어려운 경영환경을 극복하기 위하여 자동환기창, 공기를 살리는 벽지, 지아마루 등 친환경 제품을 출시하였으며, 해외사업 확대, 원가절감 노력 등을 지속하여 매출 및 수익성을 극대화하고자 노력하였습니다. 또한 건축장식자재 사업은 환경에 대한 소비자들의 관심과 정부 정책으로 그린홈 및 녹색산업의 성장이 예상되며, 이에 따라 에너지 절약형 고효율 건축자재, 친환경 건축자재의 수요가 증가할 것으로 기대됩니다. 해외시장의 경우 BRICs(Brazil, Russia, India, China, Republic of South Africa)를 중심으로 성장의 기회가 엿보이며, 이에 따라 해외사업을 지속적으로 강화할 계획입니다. 향후에도 고객의 니즈 및 시장 트렌드에 앞서 지속적으로 고부가 친환경제품을 지속적으로 출시할 예정이며, 중국 등 적극적인 해외시장 개척을 통해 점진적으로 시장지배력을 강화할 예정입니다.

고기능소재·부품 부문의 성장 | 고기능소재·부품 부문의 주요제품은 고광택 시트, 데코시트, 기능성 필름류, 자동차 원단/부품, 기타 기능성 제품 등 입니다. 사업의 주요 시장인 자동차, 가전/IT 시장이 지속적인 회복세를 보이는 가운데 고광택 시트, 자동차 원단 등 기존 고기능성 제품의 매출확대 및 PSAA, 진공단열재 등 신제품 출시 등을 통해 당사의 매출액 및 수익성이 지속적으로 성장하고 있습니다. 2011년 자동차 산업의 경우 국내 신차 효과 및 해외 수출 증가 등으로 인한 성장세를 보였으며, 중장기적으로는 고연비 실현을 위한 고강도/경량 부품 및 소재에 대한 수요가 증가 할 것으로 예상됩니다. 또한 IT 산업은 스마트폰 등 IT기기의 터치스크린 소재 강화 및 디자인 고급화 등으로 인해 고기능 점접착 및 표면소재 시장의 성장이 지속될 것으로 예상합니다. 당사는 R&D 및 기술역량을 강화하여 가전/IT, 자동차 등에 사용되는 고부가가치 고기능성 소재 및 부품을 지속적으로 개발하고 적용 용도를 다양화하는 등 사업 전반에 걸쳐 매출 및 수익성 강화를 위한 노력을 지속할 예정입니다.

사업부문별 매출비중 | 단위_ %

건축장식자재 성장



고기능소재·부품 성장

성장성 지표 | 단위_ %

주요 재무 지표	2009	2010	2011
매출액증가율	-	34.9	9.3
유형자산증가율	-	18.5	14.0
당기순이익증가율	-	70.0	15.6
총자산 증가율	-	8.4	27.8

활동성 지표 | 단위_ 회

주요 재무 지표	2009	2010	2011
총자산회전율	1.19	1.48	1.26
매출채권회전율	4.23	6.18	5.59
재고자산회전율	14.31	15.16	11.82
유형자산회전율	3.10	3.53	3.38

* 2009년도는 2009.04.01~2009.12.31 실적기준임.

수익성

LG하우시스는 사업확장 및 신성장동력 창출 등을 통한 사업의 성장과 함께 기업이 참여하고 있는 각각의 산업분야의 수익증대에 많은 노력을 경주하고 있습니다. 건축장식자재 사업의 경우 주요 경쟁 요소인 디자인 및 설계 역량을 바탕으로 고객이 원하는 공간을 창출, 다양한 에너지 절약형·친환경 소재 제공, 고객 관점의 차별화된 마케팅 등을 통해 고객의 요구에 신속하게 대응하고 있습니다. 당사는 경쟁사보다 앞선 품질과 디자인의 제품, 브랜드 인지도를 기반으로 유통력과 마케팅력을 활용하여 PVC창호, PVC바닥재 등 다수의 제품에서 국내·해외 시장 점유율 확대를 위해 노력하고 있습니다.

또한 고기능소재·부품 사업의 경우, 분야의 경쟁요소인 원재료 처방 및 공정기술을 기반으로 한 고품질의 제품 개발력과 고객 Solution 제공 능력을 향상하고 있습니다. 당사는 전문가급 인재개발, 과감한 R&D 투자를 통해 고객 관점의 차별화된 제품을 개발하여 고객의 니즈를 충족시키며 시장을 확대해 나가고 있습니다.

이러한 노력의 결과 2011년 LG하우시스의 영업이익은 72,311 백만 원으로 전년대비 13.9% 증가하였으며, 당기순이익도 전년대비 15.6% 증가한 46,311 백만 원을 달성하였습니다. 또한 2011년 매출액 영업이익률과 매출액 순이익률은 각각 3.0%와 1.9% 입니다.

경영 안정성

LG하우시스는 신용등급 관리를 통한 대외신인도 제고와 안정적 재무활동을 통해 기업 경영의 안정성을 꾀하고 있습니다.

신용등급 | LG하우시스는 2011년말 현재 국내 신용평가기관으로부터 회사채 AA-, 기업어음은 A1의 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 연관사업진출 및 해외시장 확대 등 회사의 사업 현황 및 잠재적 성장성과 재무상태의 안정성 등이 반영된 결과입니다.

수익성 지표 | 단위_ %

주요 재무 지표	2009	2010	2011
매출액영업이익률	2.6	2.8	3.0
매출액순이익률	1.4	1.8	1.9
총자산순이익률(ROA)	1.7	2.6	2.4
자기자본순이익률(ROE)	3.5	5.8	6.4

안정성 지표 | 단위_ %

주요 재무 지표	2009	2010	2011
유동비율	155.9	135.8	123.8
부채비율	109.9	118.4	168.9
비유동장기적합률	67.9	76.8	77.7
자기자본비율	47.6	45.8	37.2

* 운영자금 및 2012년 1월 만기도래 회사채의 차환자금(1,500억)을 위해 2011년 12월 2,000억의 회사채를 발행하였음.

지속적 성장을 위한 노력

LG하우시스는 다양한 경영혁신을 통해 회사의 미래를 준비하고 있습니다. 지속가능한 제품개발을 위해 제품 연구개발에 다양한 투자 및 활동을 전개하고 있으며, 고객지향적이며 창의적인 디자인을 추구하기 위한 활동을 펼치고 있습니다. 또한 신규사업의 확장 및 해외 진출을 통해 글로벌 기업으로 거듭나고 있습니다.

연구개발비용

	2009	2010	2011
연구개발비용(백만 원)	30,806	45,180	47,429
매출액 대비 연구 개발비용*	1.85%	2.02%	1.94%

*매출액 대비 연구개발비용 :
연구개발비용계÷당기매출액×100

제품 연구개발

LG하우시스의 연구개발 활동은 건축장식자재, 고기능소재·부품 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 2011년 47,429 백만 원을 투자하였으며 전체 매출액 대비 1.94%에 달하고 있습니다.

연구개발 활동 현황 | LG하우시스의 연구개발 활동은 친환경, 친인간 건축자재와 고효율의 편리한 고기능성 소재를 중심으로 진행되고 있습니다. 사업분야별로 살펴보면 건축자재는 에너지 성능향상, 친환경 소재 및 감성 Design에 집중하고 있으며, 고기능소재는 핵심기술을 기반으로 가전/IT 등의 표면 및 기능을 향상시킬 수 있도록 하여 차별화된 가치와 경쟁력을 만들어 가고자 합니다. 이에 연구개발에 대한 지속적인 투자와 고도의 핵심기술 확보 및 융합을 통해 신규 유망사업 발굴을 위해 끊임없이 노력하고 있으며, 특히 고분자 가공, 복합소재 개발, 표면처리, 구조 설계 및 해석, 점·접착 등 핵심 기반 기술을 바탕으로 기능성 유리, 창호재, 기능성 테이프류, 휴대폰/노트북용 고기능 표면소재, 고효율 단열재, 친환경 합성목재를 미래 신성장분야로 선정하여 연구개발을 집중하고 있습니다.

고단열 진공유리 개발 및 출시 | LG하우시스에서는 건물의 에너지 절감효과와 더불어 창의 단열 성능을 극대화 할 수 있는 초단열 진공유리를 일본과 중국에 이어 국내 최초로 개발, 양산화에 성공하였습니다. 유리 두 장 사이에 진공층을 형성하고 Pillar를 일정 간격으로 배치하여 진공층 간격을 유지하여 제작하는 방식으로 유리 최고의 단열성과 결로성능을 구현하고 있습니다. 2012년 7월부터 시행되는 창호 에너지소비효율등급제의 1등급을 실현함으로써 기능성 유리 시장의 확대를 기대하고 있습니다.

친환경 신소재 개발 | LG하우시스는 소비자와 산업에 효과적인 제품 뿐만 아니라 친환경 신소재 개발하여 제품 환경영향 최소화에 많은 노력을 기울이고 있습니다. 특히 목재, 무기질, Bio-based Polymer 등 친환경 소재를 적용한 주거용/상업용 고기능 특화 바닥재, 공기정화기능·천연소재를 접목한 친환경 벽재, 천연소재 외관을 구현한 인조대리석을 개발하여 친환경 인테리어 자재로 활용하고 있습니다. 또한 천연소재(목분/목섬유)와 고분자의 복합을 통한 친환경 신소재를 개발하였으며, 이를 통해 외장재 매출증대 효과를 기대하고 있습니다.

연구개발조직

LG하우시스는 기존 사업분야(건축장식자재, 고기능소재·부품)의 신상품 연구 개발을 담당하고 있는 테크센터와 신사업 분야(고강도 플라스틱 부품, 건물일체형 태양전지, 기능성 유리, 점·접착, 코팅 고효율 단열재 등)의 핵심기술 확보를 위한 연구개발을 담당하고 있는 연구소로 운영되고 있으며, 지역별로 안양에는 연구소, 청주에는 창호기술센터·테크센터, 울산에는 테크센터가 위치하고 있습니다.

신시장 개척 및 신규사업 확장

LG하우시스는 신시장에 대한 기술 경쟁력을 확보하기 위해 해외 유수 기업과 협력하고 있으며, 이를 통해 기업 경쟁력을 높이고 있습니다. 지난 2009년 국내 알루미늄 창호사업 성장 기반을 확보하기 위해 일본 1위 알루미늄 창호업체인 Tostem사와 전략적 제휴를 맺었고, 2011년 5월 알루미늄 창호 생산사업장 오창공장이 완공되어 가동 중에 있습니다. 2011년에는 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 고객 관점의 완성창 품질 개선과 함께 고객 대응력 향상을 위해 시공자회사 하우시스이엔지를 설립하였습니다. 회사는 직시공 역량을 보유한 자회사를 설립하여 운영하고, 향후 창호 면허 관련 제품(AL/유리) 및 AS 서비스까지 포함한 시공 전문 자회사로 육성할 계획입니다.

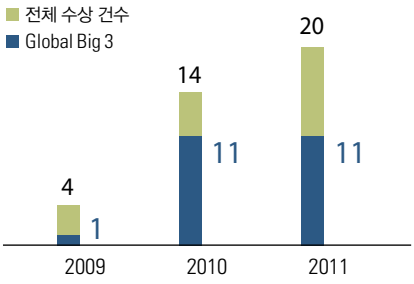
LG하우시스는 해외에 생산거점을 확보함과 동시에 해외시장 진출을 위해 직접 생산설비를 투자하고 있습니다. 2010년 엔지니어드 스톤의 세계 최대 시장인 미국에 투자하고 있으며, 40백만USD를 생산설비에 투자하여 LG Hausys America, Inc 내 엔지니어드 스톤 생산 공장을 구축하였습니다. 이를 통해 매출을 극대화하고 하이막스 생산 역량과 유통망을 활용한 사업 시너지를 창출하고 있습니다. 또한 중국시장 선점과 유리한 생산조건 확충을 위해 중국 장쑤성 우시시에 공장을 건설하고 있으며, 이를 통해 화동지역에 생산거점을 확보하였습니다. 2012년까지 바닥재 등의 건축장식재 공장과 R&D 센터를 완공할 예정이며, 2015년까지 기능성점착소재(PSAA), 진공단열재, 자동차 원단 등 고기능성 소재·부품공장을 단계적으로 건설할 계획입니다.

디자인 혁신

LG하우시스는 디자인센터를 중심으로 시장에 대한 조사연구를 강화하고 고객 감성에 어필할 수 있는 창의적인 디자인 개발에 역량을 집중해 국내 최고의 디자인 기업이 되기 위해 노력하고 있습니다. 고객을 배려하는 디자인 정신과 제품을 바라보는 새로운 시각, 삶과 사람을 생각하는 남다른 애정을 담은 디자인은 독일의 reddot과 iF에서 수상하는 등 세계적으로 디자인력을 인정받았습니다. 또한 건축가 알렉산드로 멘디니, 산업디자이너 카림 라시드와 같은 세계적인 디자이너들과 공동작업을 하는 등 보다 독창적인 아이디어를 표출, 개발하고 있습니다.

특히 디자인 혁신 활동과 디자이너 교육 활동 등 지속적으로 디자인 연구비용 및 교육비용 투자를 확대함으로써 디자인 혁신에 노력을 기울이고 있습니다. 외국어교육, IT 교육, 조직 개발 교육을 통해 디자이너의 기본적인 역량을 강화하고 있으며, 핵심인재(HPI) 육성과 디자인 전문 교육을 시행함으로써 디자이너의 창의력 개발에 많은 노력을 기울이고 있습니다. 이러한 역량을 바탕으로 자발적 창의활동(NCI)를 통한 Design Jump 활동을 펼치고 있으며, Idea Forum 참여 등과 같은 대외활동을 통해 디자인의 내실을 다지고 있습니다. 디자인 혁신 노력의 결과 2011년 20여 개의 Global Award를 수상하였으며, 2012년 iF Company Ranking에서 Global 기업 중 11위, 국내기업으로는 두 번째로 높은 순위를 차지하는 등 대외적으로 디자인 혁신 노력을 인정받고 있습니다.

Global Award 수상 내역 | 단위_ 건



* Global BIG3 Award : iF, reddot, IDEA
* '12년 iF Award 수상 : 11건

Our Brand Story

공간에 대한 긴:생각

Z:IN

LG하우시스의 프리미엄 인테리어 브랜드 Z:IN은
사람과 자연이 더불어 사는 공간을 생각합니다.

地人 자연과 인간의 조화, 知人 인간에 대한 배려와 사랑

PART 1. Brands and Z:IN

LG하우시스의 브랜드 경영은 사람과 자연을 생각하며 일상 속의 예술을 실현하고 있습니다. 브랜드 경영을 통해 기업 비전을 실현하고 있으며 브랜드 인지도 상승을 토대로 제품의 국내외 시장 점유율을 확대하고 있습니다. 또한 지속적인 브랜드 관리를 진행하고 있습니다. 한국산업브랜드파워 K-BPI에서 9년 연속 1위를 달성하고 있으며, 2010년에는 녹색성장 브랜드대상과 소비자신뢰 대표브랜드대상을 차지하는 등 외부적으로도 높은 브랜드 가치의 우수성을 인정받고 있습니다.

Z:IN은 LG하우시스의 대표 브랜드입니다. Z:IN은 '地人, 사람과 인간' 혹은 '知人, 사람을 알아감'의 의미를 가지고 있습니다. 즉 자연과 사람을 생각하는 인테리어라는 브랜드 철학을 가지고 있습니다. Z:IN은 자연과 삶과 예술을 사랑하는 Z:IN 고객을 위한, 고객이 중요하게 생각하는 가치를 판매합니다. 나아가 인테리어 전문가로서 고객의 요구와 필요를 먼저 꿰뚫어 보는 전문적인 기능과 최신 디자인, 최선의 서비스를 제공합니다.

PART 2. Z:IN COMMUNITY

LG하우시스는 Z:IN을 통해 고객과 함께 '자연, 사람, 공간'이라는 기업 가치를 전달하고 있으며, 다양한 채널을 통해 고객과 커뮤니케이션하고 있습니다. 지인의 제품을 한눈에 볼 수 있는 전시장 '지인스퀘어'를 운영하고 있으며 '지인스퀘어'에서는 정기적으로 일반 고객을 대상으로 인테리어, 사진, 스타일링 등의 교육으로 '지인 에코스쿨'을 개최하여 브랜드를 알리고 고객만족도를 높이는 활동을 진행하고 있습니다.

2011년 Z:IN 에코 캠페인을 실시하여 고객에게 실질적인 제품 Benefit 체험을 제공하고 브랜드 인지도를 높였습니다. 또한 각종 드라마, 교양 프로그램에서도 벽지, 바닥재 등 지인의 제품을 협찬하여 토털 인테리어를 프로그램의 스토리상에 자연스럽게 녹여냄으로써 제품의 인지도를 높이고 지인 만의 디자인과 차별성 등의 장점을 표현하였습니다.

1) 지인스퀘어(논현동_ 02-2037-0001)
2) 'Z:IN 에코 캠페인' 북한산 둘레길 체험 행사
3) 드라마 속 지인 '최고의 사랑_ 독고진 소속사 사무실'

리스크 관리

리스크 관리

LG하우시스는 여러 활동으로 인하여 시장위험, 신용위험 및 유동성위험과 같은 다양한 금융 위험에 노출되어 있으며, 전반적인 위험관리 프로그램은 재무성과에 잠재적으로 불리할 수 있는 효과를 최소화하는데 중점을 두고 있으며, 환경과 안전 위험 요소를 예방 및 모니터링 하는데 있습니다.

위험관리체계

위험관리는 중앙 자금부서(연결회사의 금융부서)에 의해 이루어지고 있으며 연결회사의 금융부서는 연결회사의 영업부서들과 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. 또한 환경안전리스크 관리를 위해 각 사업장 별로 관련 조직을 운영하고 있습니다.

시장위험관리

LG하우시스는 외환위험과 현금흐름 및 공정가치 이자율위험을 통해 시장으로부터의 위험을 체계적으로 관리하고 있습니다.

외환위험 | LG하우시스는 국제적으로 영업활동을 영위하고 있어 외환위험, 특히 미국 달러화와 관련된 환율변동위험에 노출되어 있습니다. 외환위험은 미래예상거래, 인식된 자산과 부채와 관련하여 발생하고 있습니다. 경영진은 연결회사 내의 회사들이 각각의 기능통화에 대한 외환위험을 관리하도록 하는 정책을 수립하고 있습니다. 연결회사 내 회사들은 금융부서와 협의하여 미래예상거래 및 인식된 자산과 부채로 인해 발생하는 외환위험을 관리하고 있습니다. 외환위험은 미래예상거래 및 인식된 자산부채가 가능통화 외의 통화로 표시될 때 발생하고 있습니다. 연결회사는 환위험 관리 모델을 이용하여 환위험 노출에 대한 최대 환손실 규모가 위험허용범위 이내가 되도록 관리하고 있습니다. 연결회사는 해외사업장에 일정한 투자를 하고 있으며 이들 해외 사업장의 순자산은 외화환산 위험에 노출되어 있습니다. 이러한 환 노출은 주로 관련 외화로 표시되는 차입금을 통해 관리되고 있습니다.

현금흐름 및 공정가치 이자율위험 | LG하우시스의 이자율위험은 장기 차입금에서 비롯됩니다. 변동 이자율로 발행된 차입금으로 인하여 현금흐름 이자율 위험에 노출되어 있으며 동 이자율위험의 일부는 변동이자부 현금성 자산으로부터의 이자율위험과 상쇄됩니다. 또한 고정이자율로 발행된 차입금으로 인하여 연결회사는 공정가치 이자율위험에 노출되어 있습니다. 보고기간말 현재 연결회사의 변동 차입금은 외화로 표시된 변동 이자부 차입금입니다. 연결회사는 이자율에 대한 노출에 대해 다각적인 분석을 실시하고 있습니다. 고금리 차입금 감축, 장/단기 차입구조 개선, 고정 대 변동이자 차입조건의 비교 분석, 국내외 금리동향 모니터링 실시 및 대응방안 수립 등을 통해 이자율위험을 관리하고 있습니다. 이러한 이자율위험 관리 정책에 근거하여 보고기간말 현재 0.1% 이자율변동 시 변동금리부 차익금에 대한 금융손익 변동으로 인하여 당기손익은 각각 최대 367백만 원(전기 : 216백만 원)증가 및 367백만 원(전기 : 216백만 원) 감소합니다.

경제적 성과 분배

LG하우시스는 경제적 가치를 주주 및 투자자, 임직원, 협력회사 등 경영활동과 관련된 다양한 이해관계자에게 분배하고 있으며, 직접적 경제 가치와 함께 일자리 창출과 같은 간접적인 경제가치를 창출하고 있습니다.

경제적 가치의 분배

TOTAL
18,986 억 원

주주 및 투자자

주주에 대한 배당금
100 억 원

LG하우시스의 실소유자인 주주의 가치 극대화를 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 배당금을 통해 회사의 이익을 주주에게 환원하고 있으며, 이를 실질적으로 실현하기 위해 현금배당을 실시하고 있습니다. 2011년 보통주 기준으로 주당 1,000원의 현금배당을 결정하였으며 주당순이익은 4,631원 입니다. 2011년 주주 배당금 총액은 100억 원 입니다.

임직원

임직원에 대한 경제적 가치 분배
2,578 억 원

임직원에게 급여, 복리후생비, 퇴직급여를 통해 기업의 경제적 가치를 분배하고 있습니다. 2011년 총 2,578억 원을 지급하였으며, 향후 공정한 성과분배와 다양한 복지제도를 통해 임직원에 대한 경제적 가치 분배를 확대할 계획입니다.

이해관계자	분류	2009	2010	2011
주주 및 투자자	주당배당금(원)	1,000	1,000	1,000
	주당순이익(EPS,원)	2,356	4,006	4,631
	배당금 총액(억 원)	100	100	100
임직원	급여(억 원)	1,258	1,786	2,011
	복리후생(억 원)	257	416	448
	퇴직급여(억 원)	89	75	119
협력회사	재화와 서비스(억 원)	15,043	15,814	16,066
정부	법인세 및 기타 제세공과금(억 원)	99	232	226
지역사회	지역사회 투자비용(억 원)	2	9	16
총(억 원)		16,849	18,432	18,986

*지역사회공헌 비용 중 2009년 금액 중 일부는 집계되지 않았으며, 2010년과 2011년 금액에 미국과 대만 지역에 대한 투자금액이 포함되어 있음.

경제적 가치의 분배

LG하우시스의 경제적 가치를 사회공헌, 납세, 지역사회 투자 등을 통해 이해관계자들에게 고르게 분배하고 있습니다. 2011년 이해관계자들에게 분배한 금액은 총 18,986 억 원 입니다.

협력회사

재화와 서비스 구매 비용

16,066 억 원

협력회사로부터 재화와 서비스를 구매하며, 이를 통해 공정하고 지속적인 관계를 유지하고 있습니다. 협력회사는 총 1,700 여 곳이며, 2011년 총 1조 6,000여 억 원의 재화와 서비스를 구매하였습니다. 이중 36%를 지역사회에서 직접구매하고 있습니다.

정부

법인세 및 기타 제세공과금

226 억 원

법인세, 소득세, 부동산세 등 모든 종류의 세금을 통해 경제활동으로 창출된 성과의 일부를 정부와 지방자치단체에 기여하고 있으며, 2011년 226 억 원을 납부하였습니다.

지역사회

지역사회에 대한 투자

16 억 원

LG하우시스는 자선단체, NGO, 레크레이션 시설 등 지역 인프라 지원 기금, 예술 및 교육행사 등 사회 프로그램 후원비용 등 지역사회를 대상으로 한 다양한 프로그램을 진행하고 있습니다. 특히 자발적 기부와 인프라 투자 등을 통한 사회공헌 활동을 전개하고 있으며, 이를 토대로 경제적 성과를 지역사회에 환원하고 있습니다. 2011년 지역사회에 투자한 금액은 총 16억 원 이며, 이 중 국내 투자금액은 14억 원, 미국과 대만 등 해외 투자금액은 2억 원 입니다. 이후 더욱 다양한 활동을 통해 사회공헌비용을 확대할 계획입니다. 또한 신규채용의 확대를 통해 지역사회 일자리 창출에 기여하고 있으며, 이를 통해 간접 경제가치를 창출하고 있습니다. 2011년 총 137명을 신규 채용하였으며, 채용된 신규인력을 출신지역과 희망지역에 따라 고르게 배치하고 있습니다.

Harmony with Nature

Environmental Management System P. 34
Eco Products P. 36
Responding to Climate Change P. 40
Environment and Safety P. 42
Eco-friendly Workplaces P. 44

Management Principles

자연과 사람을 존중하는 생활공간을 구현하기 위해 친환경 소재를 사용하고 에너지 효율이 향상된 그린 신제품을 개발하여 고객에게 건강하고 풍요로운 환경을 제공하고자 노력하고 있습니다. 또한 사업장 온실가스 저감 및 환경 오염물질 배출 최소화에도 지속적으로 노력하고 있습니다.

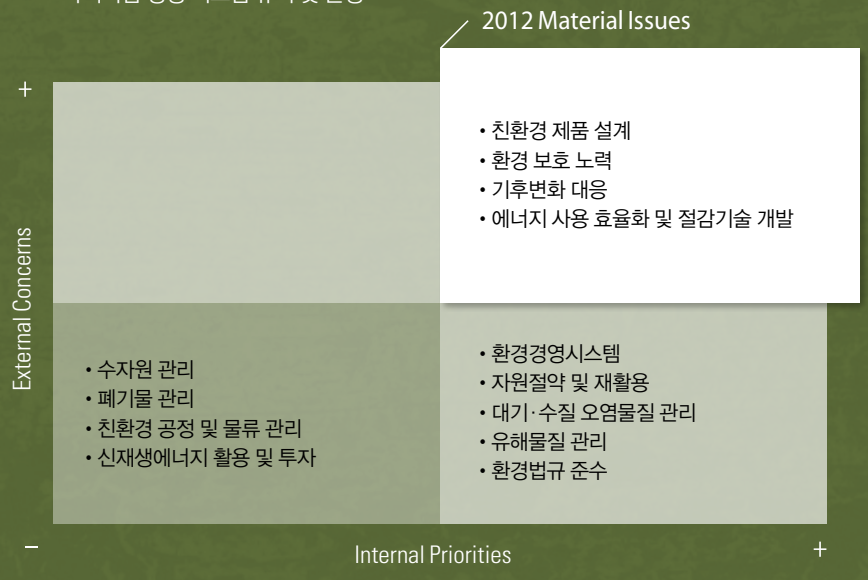
2011 Performances

Category		2009	2010	2011
경영시스템	ISO인증*	유지	유지	유지
	녹색기업 지정**	유지	유지	유지
기후변화 대응	에너지 절감량(TJ)	164	205	216
	온실가스 배출 감축량(tCO_2e)	8,902	11,060	11,186
환경오염 물질 최소화	폐기물 재활용률(%)	83.8	88.1	89.9
	유해화학물질(원단위)	0.0617	0.0859	0.0539
친환경 제품	인증 제품수***	71	90	95

*ISO14001 : 울산공장 1996년, 청주공장 1999년 최초인증 ** 녹색기업 : 1995년 최초 지정
***인증제품수 : 환경표지, HB마크, 탄소성적표지

2012 Goal

- 에너지성능 우수제품, 천연소재 제품 등 친환경제품 개발 확대
- 중장기 에너지 사용 계획에 따른 온실가스 배출, 에너지 사용 저감
- 녹색기업 경영 시스템 유지 및 운영



녹색경영

LG하우시스는 인간을 존중하는 마음가짐으로 자연과의 아름다운 조화를 추구하는 녹색경영을 실천해 나가고 있습니다.

녹색경영철학

LG하우시스 녹색경영의 근간은 LG경영이념인 '고객을 위한 가치창조' 및 '인간존중의 경영'에 두고 있습니다. 자연을 닮은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 만들겠다는 LG하우시스의 비전 또한 LG경영이념으로 부터 출발했다고 할 수 있습니다. 사업활동에서의 환경영향을 지속적으로 개선하고 자연을 닮은 소재, 소중한 자원을 절약하는 제품과 서비스의 제공을 통해 자연, 인간과 함께 지속적으로 성장하고자 하는 것이 LG하우시스의 녹색경영입니다.

LG 경영이념

LG는 경영헌장 및 윤리규범에서 지구시민으로서 환경보전 및 환경오염방지에 대한 역할에 대해 규정하고 있으며 LG환경선언문을 통해 기업활동에 있어 환경·안전·보건문제를 우선시 할 것과 기업의 사회적 책임과 역할에 대한 중요성을 밝히고 있습니다.

환경이념	자연과 인간을 위한 녹색경영		
의무	경영헌장	윤리규범	환경선언문
	- 지구시민으로서 환경보전 및 환경오염 방지		
	- 기업활동시 환경·안전·보건문제 우선 고려		
	- 기업의 사회적 책임과 역할		

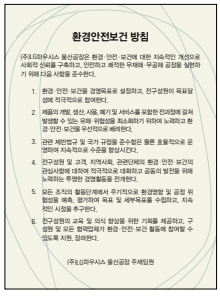
LG 환경선언문 | LG하우시스는 환경보전 및 안전·보건 등 기업의 사회적 책임과 역할을 우선시하는 LG그룹의 경영헌장 및 윤리규범을 바탕으로 기업활동과 환경의 조화를 추구하고 있습니다.

01_ LG는 경영활동의 모든 단계에서 환경·안전·보건을 먼저 생각하고 고객을 위한 가치창조의 기회로 삼는다.

02_ LG는 사업활동이 이루어지는 모든 지역 및 국가의 환경·안전·보건 관련 법규를 근간으로 엄격한 기준을 설정하여 철저히 준수하며 환경·안전·보건 수준을 지속적으로 향상시킨다.

03_ LG는 환경·안전·보건활동의 성과를 정기적으로 측정하고 그 내용을 공개한다.

04_ LG의 모든 임직원은 지구환경 보전에 대한 사회적 책임을 같이 인식하여 지역사회의 환경보전 활동에 적극 참여한다.



환경안전보건 방침

(주)LG하우시스 울산공장은 환경·안전·보건에 대한 지속적인 개선으로 사회적 신뢰를 구축하고, 안전하고 쾌적한 무재해·무공해 공장을 실현하기 위해 다음 사항을 준수한다.

1. 환경·안전·보건을 경영목표로 설정하고, 전구성원이 목표달성에 적극적으로 참여한다.
2. 제품의 개발, 생산, 사용, 폐기 및 서비스를 포함한 전과정에 걸쳐 발생할 수 있는 유해·위험성을 최소화하기 위하여 노력하고 환경·안전·보건을 우선적으로 배려한다.
3. 관련 제반법규 및 국가 규정을 준수함은 물론 효율적으로 운영하여 지속적으로 수준을 향상시킨다.
4. 전구성원 및 고객, 지역사회, 관련단체의 환경·안전·보건의 관심사항에 대하여 적극적으로 대화하고 공동의 발전을 위해 노력하는 투명한 경영활동을 전개한다.
5. 모든 조직의 활동단계에서 주기적으로 환경영향 및 공정 위험성을 예측, 평가하여 목표 및 세부목표를 수립하고, 지속적인 시정을 추구한다.
6. 전구성원의 교육 및 의식 향상을 위한 기회를 제공하고, 구성원 및 모든 협력업체가 환경·안전·보건 활동에 참여할 수 있도록 지원, 장려한다.

(주)LG하우시스 울산공장 주재임원

환경안전보건 방침 | LG하우시스는 LG환경선언문의 기본 취지를 반영하여 사업장 별 특성에 적합한 환경안전보건방침을 제정하여 게시하고 주기적인 교육을 통해 전 구성원들이 공유함으로써 환경안전의식을 고취하고 일상적 업무활동에서 이를 실천할 수 있도록 하고 있습니다.

LG그린경영

LG그린경영은 기업활동 전반의 환경영향을 최소화하고 그린 제품 확대, 그린 신사업 강화를 통해 새로운 고객가치를 창출하는 동시에 국가 및 사회에 기여하는 적극적이고 능동적인 경영입니다. 과거 환경경영이 사업장의 환경보호를 중심으로 하였다면 그린경영은 기후변화 문제에 대응하는 한편, 지속가능한 성장을 도모하는 것이 주목적입니다.

환경경영과 그린경영

환경경영

환경에 대한 영향을 최소화하는 경영
(사업장의 환경보호 중심)

그린경영

기업 활동 전반의 환경영향을 최소화하고 그린 제품 확대, 그린 신사업 강화를 통해 새로운 고객가치 창출 및 국가·사회에 기여하는 경영

그린경영의 기여

Green 사업장 | Green 신제품 | Green 신사업

직접기여

- 제조공정 상의 에너지 효율 개선, 온실가스 감축, 물 사용량 절감등

간접기여

- 고효율 제품 확대를 통해 소비단계의 온실가스 감축

기후변화에 대응하고, 친환경 녹색성장에 기여하며, 지속가능한 성장을 도모

그린경영의 5대 실천과제

실천과제	추진과제
01_ R&D 및 설비 투자강화	공정 효율화, 오염물질 저감 기술의 적극 개발 및 투자
02_ 포트폴리오의 지속적 개선	신·증설 시 환경요소를 검토하여 환경리스크 최소화
03_ 적극적인 Green 제품 개발	제품의 에너지효율 경쟁력 강화, 자원사용 최소화, 삶의 질 향상 제품 확대
04_ Green 신사업 투자 확대	Automobile, Energy, Living & Eco Solution 분야의 투자 확대
05_ Green Partnership	협력사 그린경영 확산, 그린경쟁력 강화 지원

LG하우시스 그린경영

LG하우시스는 환경경영시스템을 기반으로 하여 체계적인 환경경영을 실천하고 있으며 이를 통해 온실가스, 대기오염물질 배출을 저감하고 자원절약 및 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.

Green 사업장

- 온실가스 배출, 에너지 사용 저감
- 대기오염물질 배출저감, 자원절약
- 녹색기업 경영시스템 운영

Green 신제품확대 & Green 신사업

- 제품 Green Identity & ECO Collection 개발
- 에너지성능 우수제품 개발 확대
- 실내공기질 개선, 천연소재 사용 제품 확대

친환경제품

LG하우시스의 핵심가치인 Eco-Friendly, Energy Saving, Human-Friendly를 바탕으로 친환경소재, 에너지 효율을 극대화하는 시스템 및 솔루션을 적용한 친환경제품을 개발하고 고객에게 행복한 생활공간을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

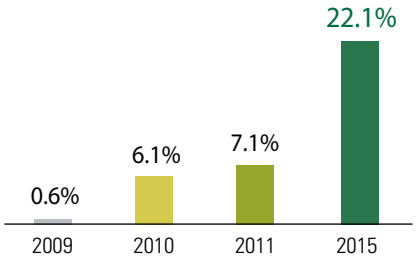
친환경제품 개발

LG하우시스는 고객이 생각하는 친환경을 바탕으로 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 제1의 가치로 삼으며 고객가치 발굴 및 기술 확보를 통해 그린신제품 개발을 이루어나가고 있습니다.

Green Identity

그린 신사업 확대 | 천연소재 및 재생자원 사용, 에너지 절감을 구현한 그린신제품 매출을 증대하고, 친환경기술개발로 그린 신사업을 확대하고 있습니다. 뿐만 아니라 각종 친환경인증 획득, 그린제품 전용 브랜드 개발 등의 다각적인 활동을 통해 선도적인 건축장식자재 기업으로서의 역할을 전개하고 있습니다.

그린 신사업/제품 투자비율



그린 신사업 제품

제품 분류		주요 성과		향후 계획
친환경 소재	Bio 소재	출시제품	지아 시리즈(마루, 바닥재, 벽지)	용도 확대 및 범용화 원천기술 확보
		기술확보	PLA 가공 기술(건자재 최초)	
	IAQ 소재	출시제품	공기를 살리는 벽지, 숨타일	디자인 차별화 및 용도 다변화 고기능 흡착기술 확보
		기술확보	촉매/기능성 흡착	
에너지 절감	단열창호	출시제품	수퍼 단열창(에너지 1등급)	창호 Solution 제공 박막 코팅 기술 확보(단열 유리 다양화)
		기술확보	구조 설계 기술(수평 밀착)	
	단열소재	출시제품	고성능 단열재(냉장고)	건축용 고기능 단열재 출시 소재 중합 및 Foaming 기술 확보
		기술확보	처방/공정 기술	

친환경제품 인증

LG하우시스는 환경표지, HB마크, 탄소성적표지, 고효율에너지기자재인증 등 친환경 건축자재 관련 인증을 확대하여 정부의 저탄소 녹색소비 활성화 정책에 적극적으로 동참하고, 고객에게는 보다 건강하고 안전한 제품을 제공하고 있습니다.

오염물질 저감 및 자원 절약 제품을 통한 녹색소비 활성화를 위하여 바닥재, 벽지, 창호, 합성목재, 인테리어필름 등 다양한 품목에 대하여 환경표지 및 HB마크 인증을 보유하고 있습니다. 인증제품은 친환경건축물 적용에 적합한 수준의 자재로 인정받고 있으며, 사내 분석실을 통해 제품환경성을 자체적으로 유지·관리하고 있습니다.

제품의 생산, 수송, 사용, 폐기 등 전 과정에서 발생하는 온실가스 배출량을 제품에 표기하여 소비자에게 제공함으로써 지구온난화 및 기후변화 대응을 위한 저탄소 녹색생산과 녹색소비를 지원하고 있습니다.

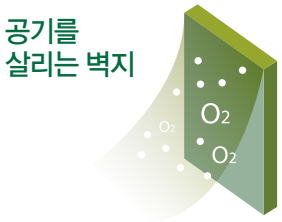
- 건축자재 업계 최초 뉴갤런트타일 시범인증('09)
- 공기를 살리는 벽지, 창호 프로파일 등 다양한 품목으로 인증 확대
- 저탄소인증 추진 계획 Z:IN Floor Elstrong Clever('12)

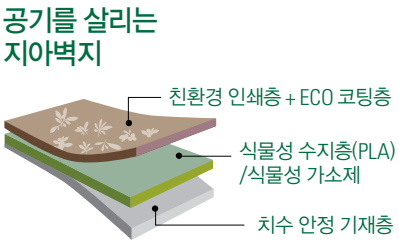
단열효과 및 기밀성이 우수한 고기밀성 단열창호에 부여하는 고효율 에너지기자재인증을 통해 저탄소 녹색제품으로서의 성능을 인정받고 있으며, 2012년 7월부터 전환 시행되는 에너지소비효율 등급 표시제에도 앞서 대응하고 있습니다. 이와 같이 친환경적이고 에너지 효율을 높이는 창호 공급을 통해 적은 에너지로 건강하고 쾌적한 생활환경을 조성하고 있습니다.

미국 친환경건축물인증 및 에너지 효율성 평가제도, 핀란드에서 인정하는 친환경 건축자재 인증에서 바닥재, 창호, 벽지의 친환경성을 인정받았습니다. 이를 통해 세계적 수준의 제품 생산과 미국, 유럽, 중국 등 해외시장 진출을 확대하고 있습니다.

Z:IN ECO COLLECTION

공기를 살리는 지아벽지, 지아마루, 자동환기창 등 에코 컬렉션을 중점 관리·육성하여 그린홈, 그린오피스, 그린빌딩 구현을 위해 노력하고 있습니다.





공기를 살리는 지아벽지 01

세계 최초로 옥수수를 원료로 만든 100% 천연소재 벽지로, 천연소재로 이루어져 환경호르몬 방출이 제로이며, 에코 코팅층이 실내 공기를 깨끗하게 합니다.

공기를 살리는 벽지 02

벽지 표면의 에코 코팅층이 햇빛이나 형광등의 가시광선에 반응해 유해물질을 분해하면서 실내 공기를 맑고 쾌적하게 만듭니다.

공기를 살리는 숨타일 03

흙 성분을 원료로 생산된 친환경 자연소재 내장 벽재로서, 실내 유해물질과 생활악취를 감소시켜 각종 질환과 새집증후군을 예방하고, 탁월한 실내습도 유지로 건강한 생활공간을 만들어 드립니다. 타일 내부에 균일하게 분산된 천연광물 성분이 미세기공(4~5nm)을 형성시켜 유해물질의 흡착, 탈취 및 실내습도를 조절합니다.

공기를 살리는 자동환기창 04

창을 열지 않아도 센서가 실내공기를 측정하여 스스로 환기하고 열까지 지키는 스마트 환기창입니다. 통풍개념의 Cross Ventilation 방식으로 언제나 신선하고 깨끗한 공기를 유지하고 냉난방 에너지 손실을 최소화하여 전기 에너지 낭비를 줄일 수 있습니다.

천연원목창 05

장인 정신이 배어있는 맞춤식 가공기술이 접목된 프리미엄 시스템 창호로 다중 집성 원목 및 친환경 수성 도료의 사용으로 목재의 내구성이 우수하고 인체에 해로운 물질의 방출을 최소화합니다.

진공 유리 06

국내 최초로 개발한 진공유리는 두장의 유리 사이를 진공 상태로 유지하여 복사, 전도, 대류에 의한 열손실을 최소화하는 제품으로 실내·외 온도차에 의한 연료 손실을 막아 연간 50% 이상의 냉난방비 절감 효과를 얻을 수 있습니다. 또한 급격한 외부 온도 변화에 따른 내부 결로 문제를 최소화하고 곰팡이가 피는 현상을 막아 건강하고 쾌적한 주거 환경을 만듭니다.

공기를 살리는 지아마루 07

옥수수, 천연석, 편백나무 등 천연 원료로 만든 바닥재로, 황토와 무기질로 이루어진 황토풀(황토Full)로 시공하여 가정에서 유해가스 및 환경호르몬에 대한 걱정 없고, 탈취, 공기정화 기능까지 뛰어나 안심하고 생활할 수 있습니다.

강마루(강Green) 08

강Green은 강마루 층층이 녹차성분을 첨가한 친환경 제품으로 유해물질 발생을 억제하는 효과가 뛰어나 친환경 크로바 5개 인증마크를 획득한 건강한 마루입니다. 쪽간 V자 면취처리로 더욱 고급스럽고, 1등급 내수합판을 사용하여 변형에 강하고 습기에도 강합니다. 또한 특수표면소재(HPL) 사용으로 표면이 강할 뿐만 아니라 오염물질이 쉽게 제거되어 항상 깔끔한 마루입니다.

우젠(WOOZEN) 09

천연 목분과 친환경 올레핀으로 구성되어 표면 질감이 고급스럽고 내구성이 우수한 친환경 강화목재입니다. 간벌목(나무의 성장을 돕기 위하여 솎아내는 나무)만을 사용하여 천연원목의 벌채를 줄임으로써 자원고갈 문제를 해소하고 지구 온난화를 방지하는 역할을 합니다. 우젠 데크 3.3m^{2}는 나무 1그루를 보호하는 효과가 있습니다.

BIPV(Building Integrated Photovoltaic) 10

BIPV란 건물 일체형 태양광 발전을 의미하며, 태양전지를 건자재화하여 건축물 외장재 기능과 전력생산 기능을 동시에 수행하는 새로운 개념의 기능성 건축 외장 시스템입니다. 청정 에너지인 태양광 및 무공해, 무한정, 무진동 에너지를 사용, 화석연료의 사용량을 줄이고 온실가스의 배출량을 줄입니다.

하이막스(에덴) 11

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 청소가 간편합니다.

진공단열재 12

진공단열재의 혁신적인 단열 성능으로 대폭적인 벽 두께 감소와 에너지 효율 개선의 효과를 거둘 수 있습니다.

캐비너 13

사무기기, 사무실 및 자동차 실내 공간 등 의 생활 속 숨은 먼지를 효율적으로 제거하는 친환경필터로, 쾌적하고 건강한 실내 공기를 제공합니다.

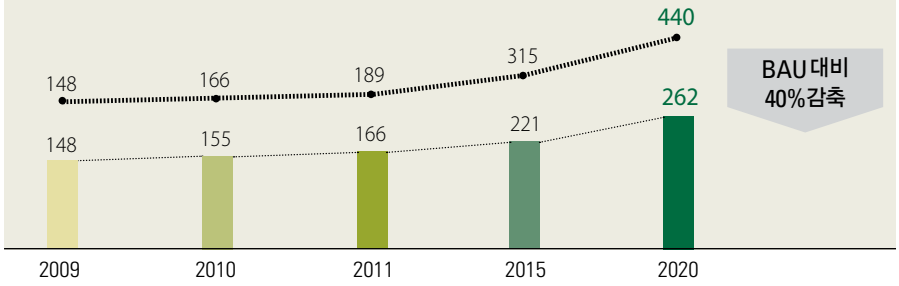
기후변화대응

LG하우시스는 사업장 온실가스 인벤토리 구축, 생산공정 효율화 및 지속적인 에너지·온실가스 절감 활동을 통해 사업장의 Green화를 도모하고 에너지 고효율 제품 및 유통혁신을 통해 제품, 서비스의 Green화를 실현하여 기후변화에 능동적으로 대응하고 있습니다.

기후변화 대응 전략

LG그룹은 기후변화에 대응하고 친환경 녹색성장에 기여하며 지속성장을 도모하기 위해 2010년 Green 2020을 선포하였으며, 'Green Goal 2020'을 달성하기 위해 Green 사업장, Green 신제품, Green 신사업 분야에 대해 20조원 규모의 연구개발을 투자할 계획입니다. 이에 LG하우시스도 에너지·온실가스 감축, 친환경제품 확대, 천연재료·신소재 개발 등 3대 녹색전략 실행계획 및 목표를 구체화하여 추진하고 있습니다.

2020 온실가스 배출량 감축목표 설정



*청주, 울산, 천진 사업장에 대한 감축목표

온실가스 배출량 및 감축목표 | LG하우시스는 국내 주요 사업장을 대상으로 온실가스 인벤토리를 구축하여 배출량 감축의 이행기반을 마련하였으며, 2011년 온실가스 배출량은 144,258tCO_2e으로 2012년 3월에 한국품질재단에서 검증을 받았습니다. 또한 LG그룹 차원의 중장기 목표에 맞추어 국내외 주요 사업장을 중심으로 2020년까지 BAU대비 배출 원단위를 40% 감축하겠다는 목표를 수립하여 대응하고 있습니다.

기후변화 중장기 전략 | LG하우시스는 청정연료 전환사업의 온실가스배출 저감사업 등록 및 정부구매 참여를 통하여 기후변화관련 규제 리스크에 선대응하고, 2015년에는 신재생에너지 검토 및 적용, 해외 사업장 그린경영시스템을 구축하여 그린에너지 혁신을 이루고자 합니다. 2020년에는 신재생에너지 확대로 화석연료 사용비율을 개선하고, 협력회사 그린경영체계 구축 지원을 통하여 그린파트너쉽을 실현하고자 합니다.

2012

Green경영기반 구축(기후변화 Risk선대응)

- 소각로 및 보일러 시설 청정연료 전환사업 (~2012)
- 저감사업등록을 통해 CER 확보 : 약 4만톤
- 정부 시범사업 참여(2006~) 인벤토리구축 → 목표관리제 → 배출권거래 시범사업

2015

Green 에너지 혁신

- 신재생에너지 검토 및 적용 RPF, RDF(2012) Bio-Mass(2013) / 태양광·지열(2014)
- 에너지 제조 및 공급시스템 효율 제고 외부잉여열 도입(2012)에너지 Balance 재정립(2013) 열병합발전 검토 및 적용(2015)
- 해외 사업장 그린경영 시스템 구축

2020

최고의 Green 사업장, Green 파트너쉽 실현

- 화석에너지 사용비율 개선 신재생에너지 확대로 화석연료사용비율 50% 개선(2016), 열병합, 태양광 도입으로 한전수전비율 10%개선(2017)
- 온실가스, 에너지 저감을 통한 실질적 파트너쉽 실현

온실가스 감축

자발적 온실가스 감축 | LG하우시스는 생산공정에서 발생할 수 있는 오염물질 배출을 최소화하고 주요 보일러 시설에 청정연료 사용을 추진하는 등 탄소감축의 강제적인 의무가 없는 상태에서도 자발적으로 온실가스 감축을 위해 노력해 왔습니다.

에너지 절감 활동 | 에너지 절감을 위하여 설비 개선 및 개조, 인버터 적용, 열원 변경, 조명등 개선 등 주요 설비와 공정상의 운영 방식을 개선하여 에너지 사용량과 비용을 절감하고 있습니다. 사업장 에너지 절감 노력으로 2011년에는 24억 원을 투자하여 청주공장 2,787tCO_2e, 울산공장 8,399tCO_2e 를 절감하는 성과를 이루었습니다.

	투자금액(백만 원)	절감금액(백만 원)	에너지 절감(TJ)	온실가스 감축(tCO_2e)
2009	2,631	1,646	164	8,902
2010	2,003	2,127	205	11,060
2011	2,399	2,582	216	11,186

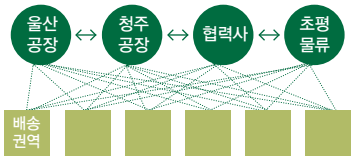
온실가스 감축 등록사업 | 1999년부터 정부와 에너지 감축을 위한 자발적 협약(VA)을 체결하여 지속적으로 에너지 저감활동에 노력을 기울이고 있습니다. 2006년 부터 주요 보일러 시설의 연료를 청정연료로 전환하였고 국가 온실가스배출저감사업에 등록하여 2011년 까지 총 43,828tCO_2e의 감축실적을 인정받았습니다. 또한 '스팀생산보일러 청정연료 전환사업'은 2009년에 해외 자발적 탄소 시장(인증기준 VCS: Voluntary Carbon Standard)에 국내 기업 최초로 등록한 바 있습니다.

조기감축실적 인정서

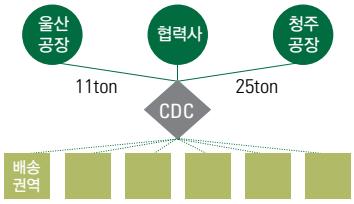
| 단위_ tCO_2e |

구분	사업기간	감축실적	정부구매참여	조기감축실적 인정
열매보일러 연료교체	2007.07~2008.09	4,117	1,285	3,346
폐열보일러 연료교체	2006.07~2006.09	7,867	3,553	5,735
스팀보일러 연료교체	2007.06~2007.11	31,844	10,908	25,299
합계		43,828	15,746	34,380

중부통합물류센터 구축 전



중부통합물류센터 구축 후



기타 온실가스 배출량 관리

녹색물류 | 복잡한 물류망을 개선하고 관리 효율성을 높이기 위해 2011년 천안에 중부통합물류센터(Central Distribution Center: CDC)를 구축하고 차량 대형화, 전동지게차 활용비중을 높여 창고운영 및 운송과정에서 소요되는 연료절감을 통해 온실가스 저감에 기여하고 있습니다. 향후에는 운송경로와 차량대수를 최적화하는 운송관리시스템(Transportation Management System)을 적용하여 녹색물류를 실현할 계획입니다.

- 창고 내 지게차 등 작업 장비를 전동지게차로 전환
- 차량 공회전 방지, 과속 방지 등 에코드라이빙(Eco-Driving) 생활화
- WMS(Warehouse Management System) 활용을 통한 작업동선의 고도화 예정

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, 오창) 등 국내사업장 및 해외법인(중국, 미국, EU, 러시아) 등에 다자간 화상회의 시스템 설치 및 운영

환경안전

환경안전시스템을 통해 구성원 및 지역사회의 안전과 환경보전을 위한 지속적인 개선을 실현하고자 노력하고 있습니다.

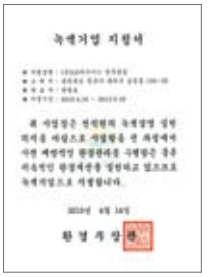
환경안전체계

LG하우시스는 1995년부터 현재까지 환경부로부터 녹색기업으로 지정받고 있으며, 환경경영시스템 ISO14001, 안전보건경영시스템 KOSHA18001, OHSAS18001 등 환경안전관련 경영시스템 인증을 유지하고 있습니다. 또한 화학물질배출저감, 에너지절감 및 온실가스배출저감 등 정부의 자발적 협약에 적극적으로 참여하여 환경개선을 위한 노력에 앞장서고 있습니다. 또한 기업의 환경경영 실행에 있어 환경영향평가, 계획 및 실행, 점검 등의 과정을 지속적으로 점검하여 환경방침을 개선하고 있습니다.

(최초인증/지정일)

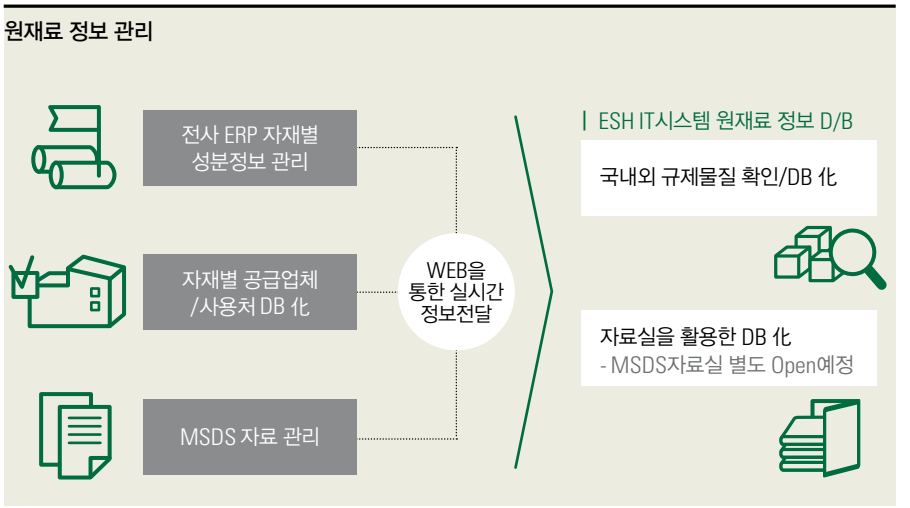
시스템명	울산	청주
ISO14001	1996.12	1999.11
KOSHA18001	2000.11	2009.12
OHSAS18001	-	2000.12
녹색기업	1995.12	1995.12

ISO14001 인증서(울산)


녹색기업 지정서(청주)

ESH IT 시스템 | 환경안전규제가 점차 강화되고 관련 데이터가 방대해짐에 따라 환경안전경영 성과 및 제반 업무를 효율적으로 관리하고 임직원과의 커뮤니케이션 채널을 확충하고자 2007년부터 환경안전보건 시스템(ESH IT)을 구축하여 운영하고 있습니다. ESH IT를 통하여 법규 및 정보 공유, 지속적인 모니터링을 위한 실적관리 등이 가능하며, 향후 지속적인 시스템 업그레이드를 통해 변화하는 사업환경에 능동적으로 대처할 계획입니다.

제품유해물질 관리 | 친환경인증제품 뿐만 아니라 사업장에서 생산되는 전제품에 대해 공급처의 원재료 정보를 확보하고 ESH시스템 내에 제품 성분 데이터베이스를 구축하여 원료 내 유해물질 함유 여부를 사전에 모니터링하고 제품 내 유해물질에 대한 철저한 관리를 통해 안전성을 확보하고 있습니다.



ESH IT시스템(인트라넷)

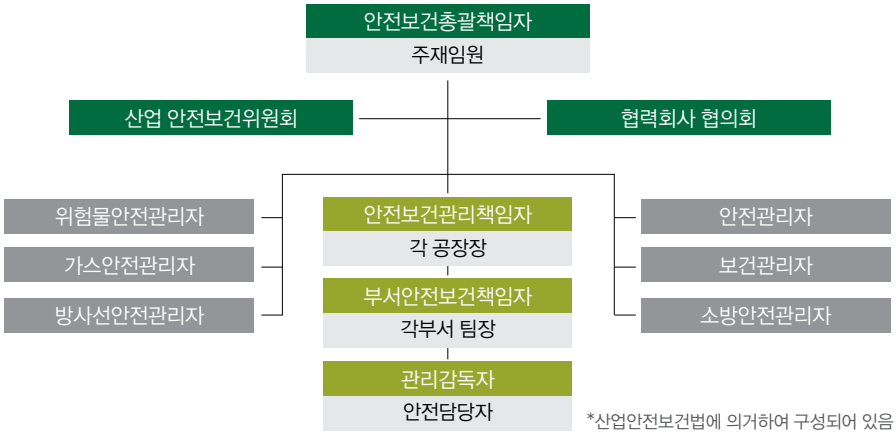
환경안전 리스크관리

LG하우시스는 종합방재시스템을 통해 지속적으로 환경안전 위험요소를 감시, 모니터링 하고 있으며, 사고 대응훈련을 통해 가장 안전한 현장을 만들어가고 있습니다.

통합방재시스템

통합방재시스템 | 자동화재탐지시스템(온도/연기감지), 영상정보시스템, 지리정보시스템 기술이 종합적으로 적용된 통합방재시스템을 구축하여 화재, 환경사고를 예방하고 사고발생시 초기에 즉각적으로 대응할 수 있도록 하고 있습니다. 또한 대기오염 감시뿐만 아니라 주요 운전인자의 실시간 감시 및 저장된 데이터 추적 분석을 통해 시설의 최적운전조건을 확인하고 에너지 낭비와 비정상 운전의 사전예방에도 활용하고 있습니다.

안전보건 관리 체계도



*산업안전보건법에 의거하여 구성되어 있음

사고대응훈련 | LG하우시스는 화재발생시 신속하게 대응하여 피해를 최소화하고 임직원 및 지역주민의 안전을 확보하기 위해 월1회 종합소방훈련을 실시하고 있습니다. 종합소방훈련시에는 화재진압뿐만 아니라 화학제품제조 사업장의 화재시 발생할 수 있는 유해화학물질 누출로 인한 환경오염을 방지하기 위한 훈련도 함께 실시하여 화재로 인한 환경사고 방지에 만전을 기하고 있습니다.

또한 유형별 유해화학물질 누출사고 시나리오를 작성하고 위험도가 높은 사항에 대해서는 유사시 대응력을 높이기 위해 누출방재훈련을 실시하고 있습니다. 누출방재훈련은 '비상연락 - 확산방지 - 회수 - 복구 - 사후관리'의 프로세스로 구성되며 훈련 후 평가를 통해 개선점을 파악하여 지속적으로 보완하고 있습니다.

종합소방훈련

친환경사업장

LG하우시스는 각종 환경안전사고의 예방은 물론 대기, 수계, 토양으로의 오염물질 배출량을 최소화하기 위해 다양하고 꾸준한 노력을 기울이고 있습니다.

대기환경 관리

기존의 노후되고 처리효율이 낮은 대기방지시설을 고효율 시설로 대체하고 보일러 시설의 연료를 청정연료로 교체하는 사업을 통해 대기오염물질 배출량을 지속적으로 저감하고 있습니다. 특히 2007년 메인보일러 청정연료 교체 사업을 통해 황산화물 및 질소산화물을 크게 저감하였으며, 현재 관련법 상 황산화물 배출시설은 운영하지 않고 있습니다.

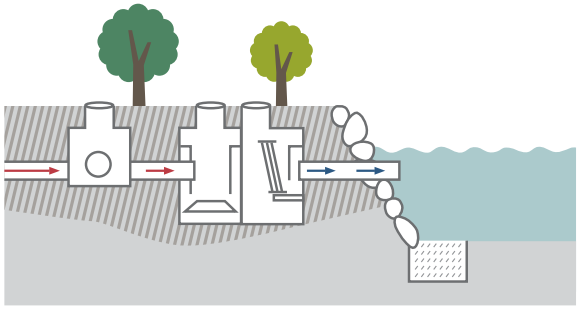
또한 울산공장은 RTO(Regenerative Thermal Oxidizer) 12기와 전기집진기 10대에 대한 모니터링 시스템을 구축 운영하여 혹시 모를 시설의 비정상 운영에 따른 악취 확산에 즉각 대응토록 하는 등 발생 가능한 민원에 대해서도 사전에 예방하고 있습니다.

수질환경 관리

LG하우시스는 사업장내 주요 지역에 유수분리조를 설치하고 오염상태를 주기적으로 점검하고 있으며, 액상물질 누출시 이를 감지하고 경보를 발생하는 조기경보시스템을 구축하고 있습니다. 이러한 시스템 구축을 통하여 수질오염 발생시 조기 대응하여 누출확산을 최소화할 수 있도록 노력하고 있습니다. 청주공장은 LG화학의 공동 폐수처리장을 통해 수질오염물질 배출량을 관리하고 있으며, 울산공장은 액상폐기물 저감, 응축수 재활용 등을 통하여 수질오염물질 배출량을 지속적으로 감축하고 있습니다. 또한 울산공장은 비점오염 저감을 위해 2010년부터 공장 내 우수배출지점에 여과설비를 갖추어 운영하고 있습니다.

유해화학물질 관리

LG하우시스 울산공장은 2005년 환경부와 '유해화학물질 배출저감 자발적협약'을 체결하였으며, 2009년에 2001년 대비 화학물질 배출량을 50%감축하여 목표를 달성하였습니다. 또한 화학물질 배출량 보고 제도인 TRI(Toxic Release Inventory)를 통하여 배출량을 산정하여 매년 분석 결과를 내부적으로 보고하는 등 화학물질 저감을 위한 노력을 기울이고 있습니다.



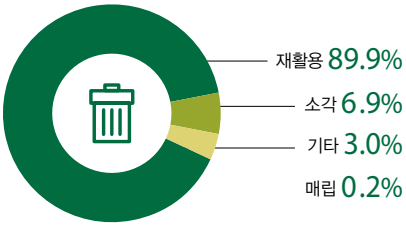
비점오염원 개선 사례

2010년 울산사업장에서는 사무관리시설 지역에 해당하는 오염도가 미미한 우수배출지점(Area2,3)에 대해 여과설비를 설치하여 비점오염원으로 인한 강물오염을 사전에 차단하고 있습니다.

구획	강우노출면적(m^3)	저감시설	처리용량
Area 1	189,109	저류시설 (2,600m^3,수질관리실)	초기우수 5mm기준 22,573m^3/일
Area 2	39,627	와류형 여과시설	8,000m^3/일(200m^3/hr)
Area 3	14,872	와류형 여과시설	2,000m^3/일(70m^3/hr)

사업장에서 사용하는 유해화학물질은 MSDS 전산에 등록하여 모니터링을 하고 있으며, 청주 및 울산 사업장은 납화합물, MEK , 아세트산에틸 등 14종의 유해화학물질을 관리하고 있습니다. 2011년 청주 사업장은 3,403ton, 울산 사업장은 10,602ton 의 유독물을 사용하였으며, 각 사업장은 매년 생산량 대비 사용량 원단위 관리 및 신규화학물질 모니터링 등을 통해 유해화학물질을 철저히 관리하고 있습니다.

2011년 폐기물 처리 현황



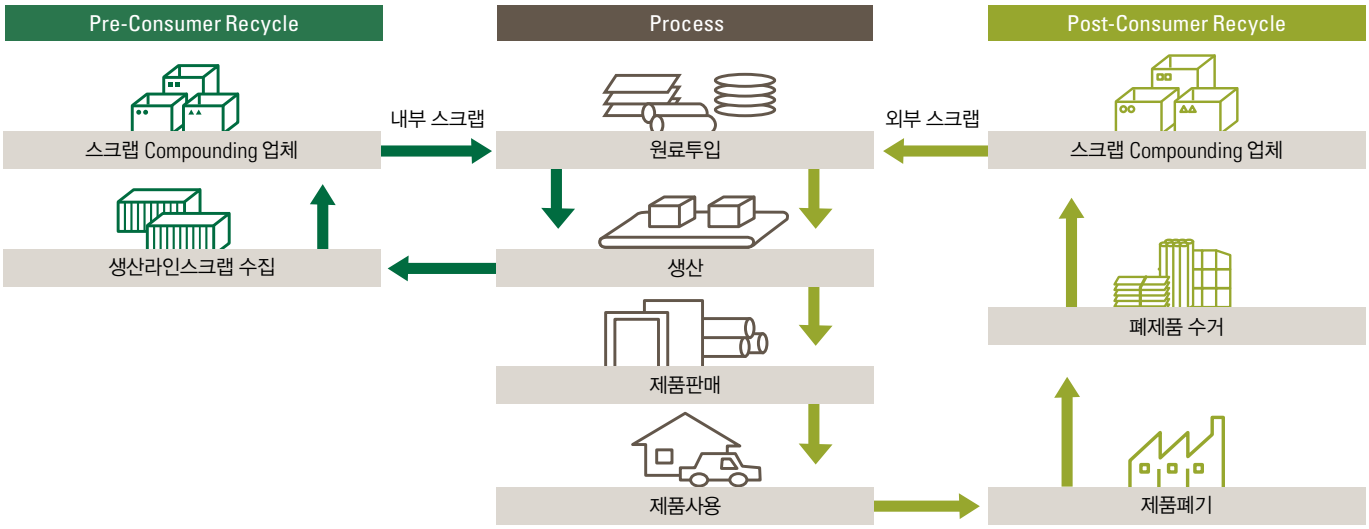
폐기물 관리

LG하우시스는 자원의 절약과 재활용 촉진을 위해 시행되고 있는 폐기물부담금 제도에 적극적으로 참여하고 바닥재 및 프로파일 품목에 대해 환경부와 재활용 자발적 협약을 체결하여 재활용기술 개발, 수거체계 확충 및 재활용업체 지원 등 재활용체계 구축에 적극 노력하고 있습니다.

청주, 울산 등 주요 사업장에서는 폐기물 배출량의 89.9% 이상을 재활용하고 있으며, 지속적으로 재활용량이 증가하고 있습니다. 이와 더불어 사업장별 폐기물 관리를 효율적으로 하기 위해 스크랩 보관장에서 중앙집중식으로 관리하고 있으며, 울산공장은 폐기물 계근 시스템의 자동화를 통하여 폐기물 정보를 효율적으로 관리하고 있습니다.

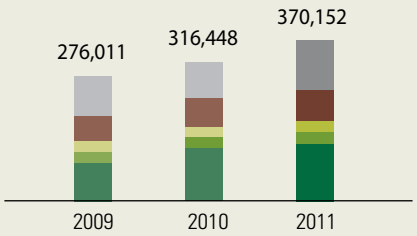
폐기물 회수 및 재활용 사례

LG하우시스의 바닥재와 창호 프로파일은 제품생산 시 발생하는 공정폐기물의 전량을 스크랩화하여 제품 생산에 재투입하고 있습니다. 또한 소비자 사용 후 폐기되는 제품을 수거하여 원료화한 외부스크랩을 최대한 사용할 수 있도록 원료 처방을 개발,적용하고 있어 적극적인 폐기물의 회수 및 재활용활동을 권장함으로써 오염물질저감, 에너지절감, 자원의 절약을 실천하고 있습니다. 바닥재는 투입 원자재의 약 21%를, 창호 프로파일은 약 5%를 폐제품을 수거·재활용한 원료를 사용하고 있습니다.



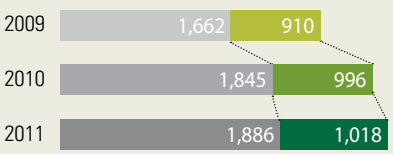
Mass Balance

원료사용량 | 단위_ ton



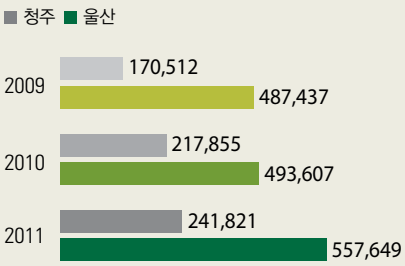
*주요 원료 : PVC, 탄석, 가소제, MMA

에너지 사용량 | 단위_ TJ



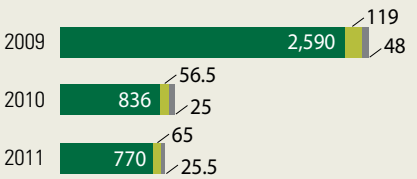
*에너지 사용량 배출범위 : 청주공장, 울산공장
*유류, LNG등 직접 에너지원과 전력과 스팀 등 간접 에너지원 포함

용수 사용량 | 단위_ ton



*청주공장 : 상수도, 지하수, 공업용수
*울산공장 : 지표수(회야강), 상수도
*회야강의 물은 펌핑 후, 필터링하여 냉각수로 활용

환경투자비용 | 단위_ 백만 원



* 2009년 울산과 청주공장은 대기오염 개선 및 폐기물 처리를 위한 시설 및 공정개선투자 비용이 많이 소요

원료

원료 사용량 |

PVC	118,382 ton
탄석	72,319 ton
가소제	25,780 ton
MMA	19,646 ton
기타	134,024 ton

재생 원료 사용량 | 26,598 ton
바닥재 및 창호 프로파일에 투입되는 재활용 원료

에너지

에너지 사용량 |

직접 에너지	1,018 TJ
간접 에너지	1,886 TJ

에너지절감 투자비용 | 2,399 백만 원

물

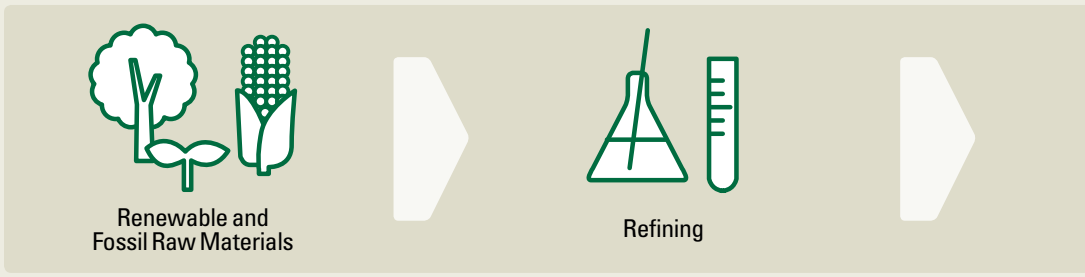
용수 사용량 |

사업장 용수 사용량 799,470 ton

환경투자비용

861 백만 원

INPUT



생물다양성 보호

생물다양성 가치를 보호하기 위하여 태화강 생태연구소와 함께 생태보전활동의 일환으로 2009년부터 멸종위기종인 잔가시물고기의 생태환경을 사업장 내 수질관리실에 조성하여 지원하고 있습니다. 또한 사업장이 위치한 울주군 지역 환경에 영향을 미칠 수 있는 모든 활동에 대해 ISO14001 요건에 부합하는 환경영향평가를 수행하여 환경보전에 힘쓰고 있습니다.

대기

온실가스 배출량 |

Scope 1 **52,508** tCO_2e

Scope 2 **91,750** tCO_2e

대기 오염물질 배출량 |

먼지 **27.5** ton

SOx 청정연료사용으로 배출량 극미량

수질

폐수 배출량 |

폐수 **67,233** m^3

BOD **0.257** ton

COD **1.935** ton

SS **0.534** ton

폐기물

폐기물 배출량 | **31,920** ton

재활용률 | **89.9%**

유해화학물질

유해화학물질 원단위 사용량 |

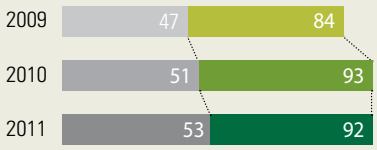
0.0539

OUTPUT

오존층 파괴물질 관리

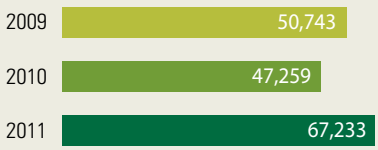
LG하우시스는 몬트리올 의정서에서 규정하고 있는 오존층 파괴물질을 생산하거나 공정 중에 사용하지 않습니다. 다만, 냉동기 냉매로 R-22를 사용하고 있고, 할론 소화설비의 경우 화재위험성이 높은 울산공장의 인쇄공정 등에 한정적으로 설치되어 있으며 보유량은 5,516kg입니다. 2009년 IMD인쇄설비 증설 시에는 청정소화약제인 HFC 125 약제를 이용한 자동소화설비를 설치하였으며, 향후에도 할론소화설비 대신 청정약제로 대체해 사용할 것입니다.

온실가스 배출량 | 단위_ 천 tCO_2e



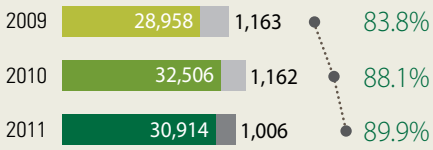
*산정 범위 : 전체 배출량의 95%이상을 차지하는 울산, 청주 사업장
*산정방법 : 온실가스 및 에너지 목표관리 지침 준수

폐수배출량 | 단위_ m^3



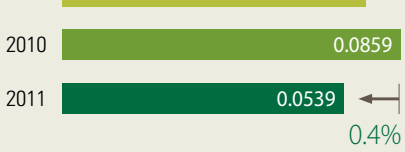
*청주공장 : 공동폐수처리시설
*울산공장 : 자체 폐수 처리장

연도별 폐기물 변화량 및 재활용률 | 단위_ ton



* 2010년에는 신제품 테스트 및 사업장 공사가 많아 전체 폐기물량이 증가하였으나, 2011년에는 제품 생산이 안정화 되어 폐기물량 감소

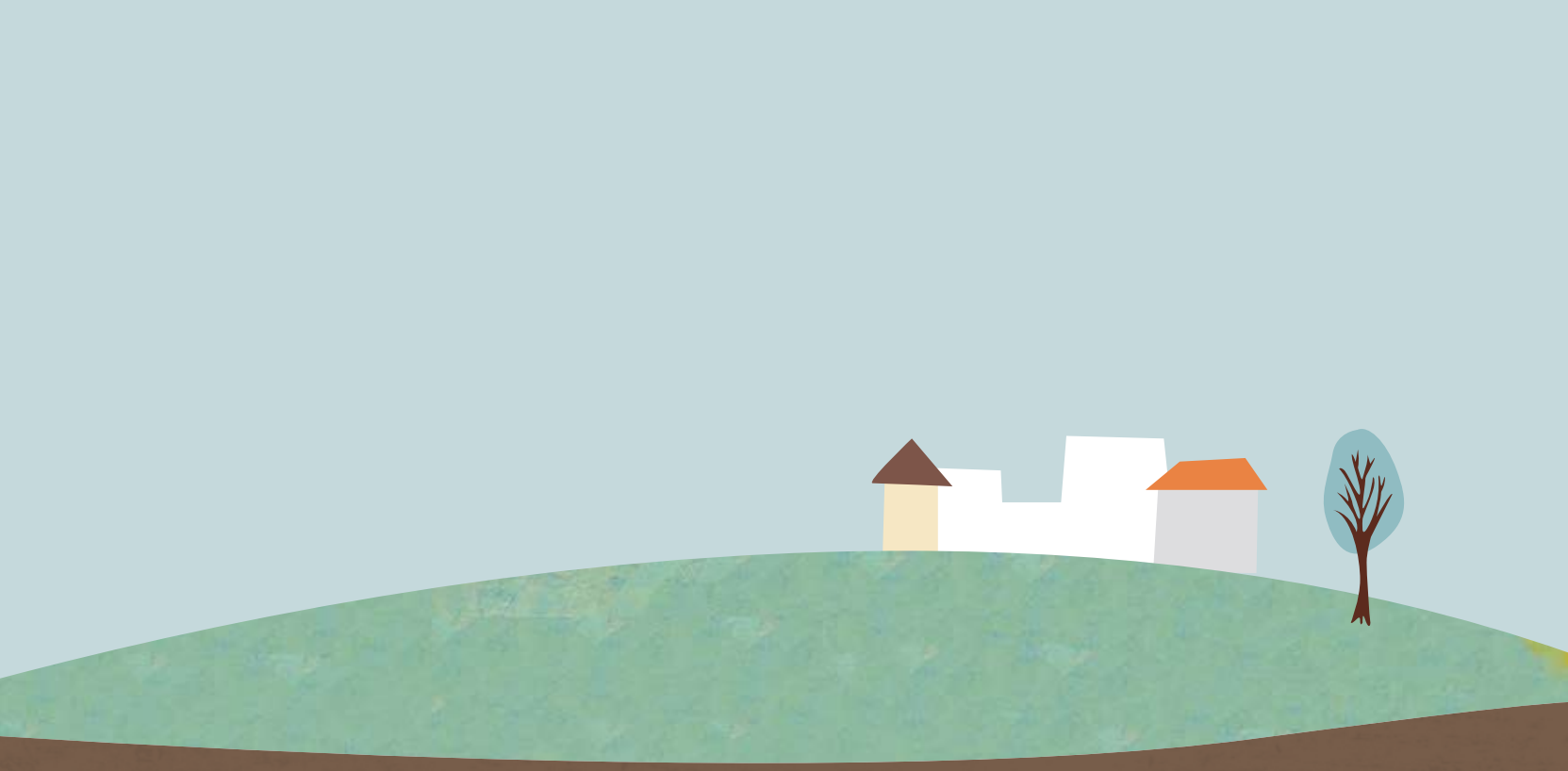
유해화학물질 원단위 사용량



* 해당 유해물질은 유독물 사용량으로 '11년 기준 원단위는 '10년 대비 0.4% 감소 (DEHP대신 친환경가소제 적용)

Harmony with Human

Employee P. 50
Customer P. 58
Partner P. 62
Community P. 65



Management Principles

LG하우시스는 임직원 개인의 창의와 자율을 존중하고 공정하게 평가하며, 건강하고 행복한 조직문화 실현을 위해 노력하고 있습니다. 'Happy Change'라는 슬로건을 바탕으로 자연, 사람 그리고 공간에 대한 사회환원에 역점을 둔 사회적 기여를 목표로 하고 있으며, 고객과 지역사회가 LG하우시스와의 만남을 통해 행복한 생활의 변화를 느낄 수 있도록 다양한 활동을 진행하고 있습니다.

2011 Performances

Category		2009	2010	2011
임직원	임직원 복리후생(백만 원)	25,682	41,571	44,805
	신입사원 채용인원(명)	97	124	137
	1인당 연평균 교육비용(원)	841,773	1,247,486	1,351,091
	산업재해율(%)	0.11	0.15	0.36
고객	고객참여 프로슈머 활동(지엔느)	61	73	71
	고객 Needs 전사분석 비용(백만 원)	640	818	750
협력회사	공정거래준수 프로그램 운영	13회	11회	13회
지역사회	지역사회 투자비용(백만 원)	246	862	1,576

2012 Goal

- 글로벌 인재육성과 'Happy Change'를 통한 임직원간 소통 공간 확대
- 작업장 안전체계 강화와 임직원 건강증진 프로그램 개선
- Value Chain 전체를 고려한 제품 안전성 강화와 지엔느 활동 확대
- 협력회사 지원 프로그램 및 커뮤니케이션 채널 다양화
- 전략적 사회공헌 확대

임직원

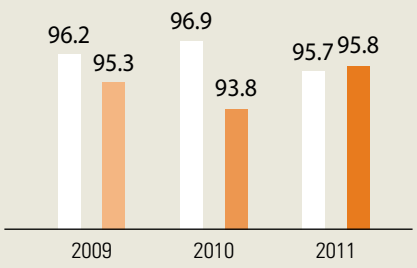
EMPLOYEE

LG하우시스는 인재와 함께 성장하는 기업으로서 '인간존중의 경영'이라는 경영이념을 실천하고 있습니다. 이를 위해 개인의 창의와 자율 존중을 원칙으로 설정하여 인사와 조직 운영의 지표로 삼고 있으며, 임직원의 역량에 따른 성과보상을 중시하고 있습니다.

임직원 현황

LG하우시스의 구성원은 2011년 12월 기준으로 총 2,751명 이며, 신규채용 인력은 137명 입니다. 직종별로는 현장직과 사무직이 각각 37,1%, 62.9% 이며, 여성·장애인 등 사회적 소수계층의 비율은 지속적으로 증가하고 있습니다.

해외 사업장 현지인 채용비율 | 단위_ %



구분		2009	2010	2011
전체 임직원		2,773	2,731	2,751
고용별	정규직	2,759	2,707	2,732
	비정규직	14	24	19
사회적 소수계층	여성	302	304	327
	장애우	37	41	58
	국가 유공자	72	82	80
연령별	20대	238	255	249
	30대	1,118	1,007	964
	40대	904	904	920
	50대 이상	513	565	618
직급별	임원	15	15	17
	직원	2,758	2,716	2,734
직종별	사무직	1,679	1,677	1,730
	현장직	1,094	1,054	1,021
지역별	본사(서울)	661	666	685
	청주공장	611	625	584
	울산공장	1,117	1,086	1,079
	기타	384	354	403
이직		60	161	115
신규채용		97	124	137

1) 각 해당년도의 12월 기준 현황임
2) 연도별 이직자수는 자발적 의사로 퇴사한 직원수임
3) 울산공장 : 온산공장, 울산.테크센터 포함
4) 청주공장 : 청주.테크센터 포함
5) 기타 : 지방영업팀, 해외법인/지사, 기타공장, 디자인센터, 연구소 포함

중요성 평가 결과

임직원 중요성 평가 결과

고용에 대한 일반적 현황, 노사관계, 임직원 커뮤니케이션이 중요 이슈로 선정되었습니다.

임직원 가치창출

LG하우시스는 교육활동을 통한 임직원 역량강화, 공정한 성과평가를 통해 임직원의 가치를 창출하고 있습니다.

인재상

LG하우시스는 "LG Way에 대한 신념과 실행력을 겸비한 사람"을 인재로 설정하고 이에 부응하는 글로벌 인재의 확보와 육성에 힘쓰고 있습니다.

- 꿈과 열정을 가지고 세계 최고에 도전하는 사람	- 팀웍을 이루며 자율적이고 창의적으로 일하는 사람
- 고객을 최우선으로 생각하고 끊임없이 혁신하는 사람	- 꾸준히 실력을 배양하여 정정당당하게 경쟁하는 사람

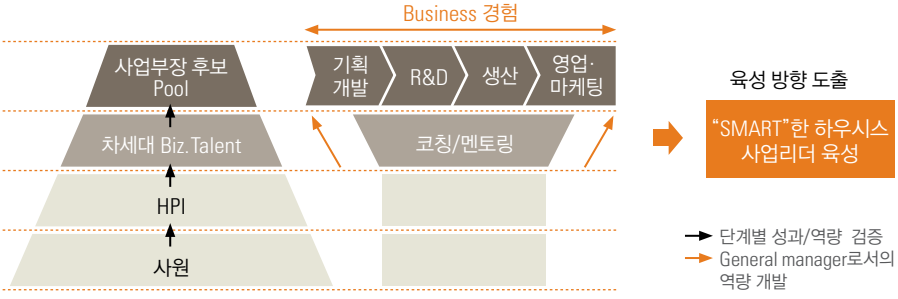
인사원칙 | 가치창출의 원천은 개인의 창의입니다. LG하우시스는 개개인이 창의력을 충분히 발휘할 수 있도록 구성원의 개성과 다양성을 중시하고 자율을 존중하고 있습니다. 또한 성과 창출의 원동력은 구성원의 역량입니다. LG하우시스는 역량이 뛰어난 인재의 확보와 자체 육성 활동을 전개하기 위하여 그에 필요한 절차를 수립하여 운영하고 있습니다. 구성원의 능력과 자질에 따라 공평한 기회를 제공하고 있으며, 실현된 성과를 공정하게 평가하고, 개인별/조직별 기여도에 따른 보상을 중시하고 있습니다. 또한 인사와 관련된 모든 의사결정과 관련활동을 장기적 관점에서 일관되게 추진하는 것을 인사와 조직 운영에 있어서의 기본원칙으로 설정하고 있습니다. 뿐만 아니라 행동규범과 취업규칙에 따라 성별, 나이, 종교 등의 제한을 두지 않고 평등한 고용과 인권 존중을 실천하며, 임금에 있어서도 남녀에게 동일한 기본급을 지급하고 있습니다.

가치창출의 원천	**개인의 창의와 자율 존중** 개개인이 창의력을 충분히 발휘할 수 있도록 개성과 다양성을 중시하고,자율을 존중	
운영방식	**성과에 따른 보상** 실현된 성과는 공정하게 보상하고, 개인별/조직별 기여도에 따라 보상	**능력 중시** 개개인의 능력을 기준으로 확보,육성 활동을 전개하고 필요한 요건과 절차를 수립하여 운영
실행의 기본 사고	**공평한 기회 제공** 구성원의 능력과 자질에 따라 공평한 기회를 제공	**장기적 관점** 인사와 관련된 의사결정과 활동을 장기적인 관점에서 일관되게 추진

인재육성

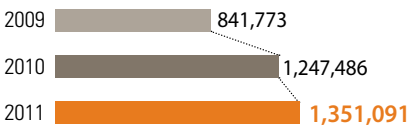
LG하우시스는 Global 수준의 경쟁력을 갖춘 사업가, 전문가를 육성합니다. 이에 따라 구성원의 성장과 발전을 위한 Vision을 제시하고 구체적인 육성경로를 제공함으로써 "세계 최고경쟁력을 갖춘 글로벌인재"로 육성합니다. 인재육성 프로그램은 크게 사업리더 육성, Global 역량교육, 직무전문교육으로 나누어 집니다.

사업리더 육성 | '세계 최고의 경쟁력을 갖춘 인재'를 조기발굴, 체계적인 육성을 통하여 궁극적으로 CEO 후계자를 양성하는 제도입니다. 능력과 성과가 뛰어나며 사업의 핵심과제를 수행할 만한 잠재력이 있는 인재를 선발하여 조기에 집중 육성합니다.



임직원 가치창출

임직원 일인당 교육비용 | 단위_ 원



지역전문가 제도

신흥/전략지역에 파견하여 해당 국가의 언어, 문화, 시장조사 등의 활동을 통해 향후 해외사업을 수행할 인재를 사전 육성하는 프로그램입니다. 현재까지 중국,러시아,인도네시아,브라질 등의 국가에 파견하여 총 50여명의 지역전문가 육성하였습니다.

인재개발센터

임직원간 자유로운 소통과 지식의 공유를 위하여 서울시 중림동에 인재개발센터를 설립하였습니다. 본 시설은 당사 임직원은 물론 대리점, 협력사 등 모든 파트너들의 역량 개발을 위해 폭넓게 활용될 예정입니다.

Global 역량교육 | 중국 및 미국을 중심으로 글로벌 사업을 전략적으로 실행하고 있으며 2012년도에는 해외 매출의 비중이 35%로 증가할 것으로 예상하고 있습니다. 이러한 사업전략에 대응하는 인재를 육성하기 위해 글로벌 유관 업무 수행자의 역량 향상을 지원하고 있습니다. 또한 중장기 관점의 글로벌 인재 양성을 지속적으로 진행하고 있습니다.

직무전문교육 | 임직원의 직무 전문역량 향상을 위해 영업/마케팅, R&D 등 직무분야별 전문교육과정을 운영하며 다양한 온라인 학습 컨텐츠를 통해 현장학습을 실시하고 있습니다. 특히 핵심 기술 분야별 Customized 육성체계인 Manufacturing Core Tech 강화 프로그램과 B2B, B2C 시장유형별 마케팅/영업 직무 수행자 대상의 Marketing for Sales Academy를 운영하고 있습니다.

자발적 학습 | 임직원의 자기 주도적인 역량개발을 지원하고 있습니다. 글로벌 경쟁력 강화 및 조직문화 구축의 일환으로 단위조직 중심의 책을 통한 도서 학습 공동체인 CoB를 운영하고 있으며, 구성원들의 자발적 학습을 독려하고 성과와 연계시키기 위한 소그룹 학습동아리를 운영할 계획입니다. 또한 변화관리 및 창의적 문제해결을 위해 ACT모델을 수립하여 실행 및 변화를 강조한 ACT Meeting*을 운영하고 있습니다.

*ACT Meeting은 변화를 위한 활성화 단계(Activating)를 시작으로 현업에서의 변화활동(Changing)단계를 거쳐, 마지막 단계인 시장에서의 성과 도출(Taking)의 3단계 변화 프로세스로 이루어 집니다.

퇴직직원 지원을 위한 프로그램 | 영업사원 경력개발제도인 "Sales Professional Benefit" 프로그램을 운영할 계획입니다.

LG하우시스 교육훈련 체계도(2012.2 현재)

자사 과정 ■ 인화원 과정

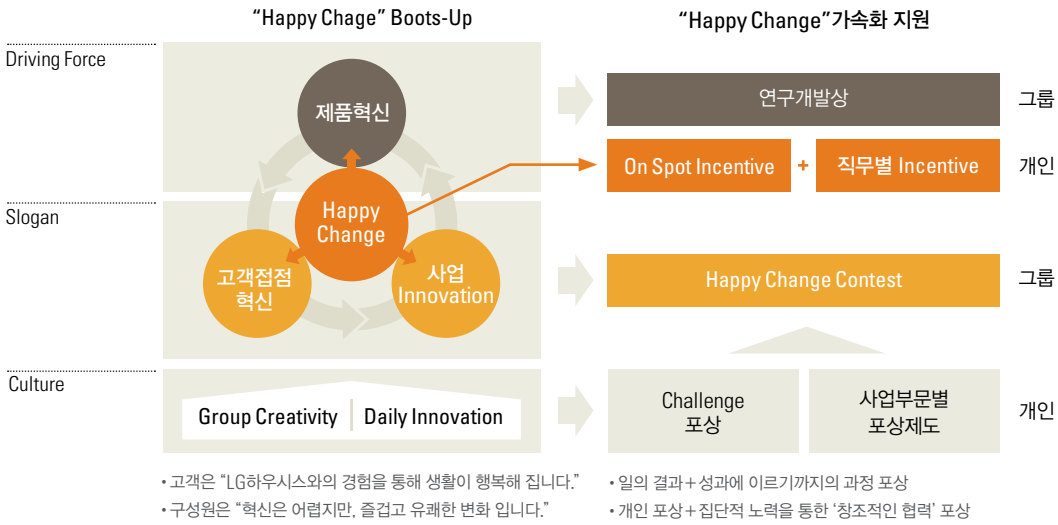
*이외 사이버교육, ACT Meeting, 지식동아리 등을 전사원 대상으로 운영

정기 성과평가 및 경력개발 심사 대상 비율

보상체계

LG하우시스는 구성원 개인의 창의와 자율을 존중하는 성과주의 인사원칙을 기본으로 경쟁력 있는 급여 및 포상을 실시하고 있습니다. 보상체계는 임직원들의 행동과 성과에 대한 성공 경험의 공유와 전파를 통하여 "Happy Change"를 Leading하는 역할을 하고 있으며, 성과주의 원칙을 근간으로 누적식과 비누적식 체계로 운영되고 있습니다. 누적식으로 운영되는 연봉제의 경우 전년도 평가결과에 근거하여 개인별로 차등하여 보상하는 체계이며, 비누적식은 역할급제, 성과급, On-Spot Incentive, 직무별 Incentive 제도 및 팀 단위별 각종 포상제도를 운영하고 있습니다. 특히 탁월한 성과창출에 대한 포상제도인 On-Spot Incentive를 운영하여 "High Performance, High Return"이라는 인사원칙을 시행하고 있습니다.

Innovation과 포상제도



복리후생제도

LG하우시스의 복리후생제도는 국민연금, 건강보험, 고용보험, 산재보험 등의 법정 4대 보험과 선택적 복리후생제도 및 기초 복리후생제도로 구성되어 있습니다. 선택적 복리후생제도는 건강증진, 자기계발, 여가생활, e-shop 등 임직원들의 개인의 성향에 따라 선택할 수 있는 제도입니다. 기초 복리후생제도는 크게 주거/생활안전 지원, 의료/건강증진 지원, 여가활동 지원으로 구성되어 있습니다. 구체적으로는 주거/생활안정을 위한 주택자금, 학/장학금 , 경조금, 사택기숙사 지원 등을 실시하고 있습니다. 또한 의료비 지원, 건강검진, 건강상담을 진행하고 있으며 휴양소 및 사내 동호회, 퇴직연금과 여직원을 위한 모성보호의 지원도 실시하고 있습니다.

울산지역을 감동시킨 예지회 LG하우시스 울산공장 예지회는 여사원들이 모여서 만든 동호회로, 2006년 '에루회(엘지 우먼)'에서 '예지회'로 이름이 바뀌었습니다. 예지회는 2003년부터 매년 공장에서 일일찻집 행사를 주최해 점심시간에 여사원들이 손수 아이스커피, 과일 주스 등을 만들어 임직원들에게 판매하는 사업을 펼쳐왔습니다. 판매 수익금은 '500인의 식탁(굶주리고 있는 아프리카와 아마존 정글 원주민 마을 등지에 식사를 제공하는 무료 급식지원 사업)'에 기부하고 있습니다. 또한 분기마다 공장 인근의 신광노인요양원을 찾아가 어르신들의 말벗이 되어 함께 요리하기, 점핑클레이 등의 프로그램에 참여하고 있습니다. 요양원에는 치매를 앓거나 생활 형편이 어려운 어르신이 많이 계신데, 매번 찾아갈 때마다 반갑게 맞이해 주셔서 즐겁게 봉사활동을 하고 있습니다. 앞으로 예지회는 많은 활동과 함께 지금처럼 꾸준한 활동으로 사원들 간에 서로 힘이 되어 줄 수 있는 동호회로 오래 남기를 기원합니다.

임직원 보건안전

LG하우시스는 임직원의 보건과 안전을 기업의 우선가치로 삼고 이와 관련된 각종 교육, 훈련, 진단을 사업장별로 실시하고 있습니다.

임직원 보건안전

LG하우시스는 임직원에게 안전한 작업환경을 제공하기 위해 작업장 안전확보, 교육 및 홍보, 진단체계 등을 강화하고 있으며 산업재해, 중대재해, 화재폭발사고 예방을 중점적으로 관리하고 있습니다. 2011년 산업재해율은 0.36%로 국내 산업 전체 산업재해율과 국내 제조업 산업재해율보다 낮은 수준을 유지하고 있으나, 2010년 0.15%보다 다소 높아졌습니다. 이에 따라 산업재해율을 효과적으로 관리하기 위해 중대 질환에 대한 임직원의 보건, 만족도 및 노동 안정성을 위한 교육, 훈련, 상담, 예방 및 위험 관리를 위한 프로그램 수행을 강화하고 있습니다. 또한 유소견자를 집중적으로 관리하고 있으며 등급별 건강관리 프로그램, 유소견자 건강상담, 보건교육을 집중적으로 실시하고 있습니다.

임직원 안전체계 강화 | 임직원 안전에 대한 체계적인 관리시스템을 운영하고 있으며, 이에 대한 외부 인증을 통해 내실화된 안전체계를 만들어 가고 있습니다. 우선 PSM (Process Safety Management) 자체감사 및 안전점검을 강화하고 있습니다. 구성원 면담, PSM 이행요소 관리, 대외기관이 포함된 감사팀 운영을 통해 PSM 자체 감사를 실시하고 있으며, 이러한 규제를 선행관리하고 있습니다. 또한 PSM 대상설비 설비위험등급평가 실시, 예방보전계획 확립 등을 통해 PSM 대상설비 자체 안전점검을 통한 설비 안전성을 확보하고 있습니다. 이러한 체계를 강화함과 동시에 임직원 안전과 관련한 내규 제·개정과 내부 심사 및 사후 심사를 강화함으로써 OHSAS18001, KOSHA 18001과 인증을 유지하고 있습니다. 뿐만 아니라 가스, 방사선 관리와 비상대응 시스템을 최적으로 유지함으로써 화재 및 폭발사고와 관련된 재해예방을 최소화하고 있습니다.

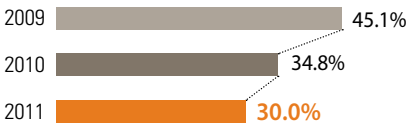
임직원 안전을 위한 교육 및 홍보 | 임직원의 안전 마인드 향상을 위한 교육 및 홍보활동을 지속적으로 전개하고 있습니다. 관리, 감독자의 법정 교육을 강화하고 있으며, 이러한 맥락에서 작업장의 실장, 반장을 대상으로 위험성 평가에 대한 온라인 교육을 진행하고 있습니다. 또한 환경안전 사고예방에 대해 매월 중점 활동을 선정하여 현수막 홍보 등을 강화하고 있으며 안전법규 전수를 위한 홍보활동을 강화하고 있습니다.

산업재해율 | 단위_ %

구분	2009	2010	2011
LG하우시스	0.11	0.15	0.36
국내 제조업	1.04	1.07	0.97
국내 산업 전체	0.70	0.69	0.65

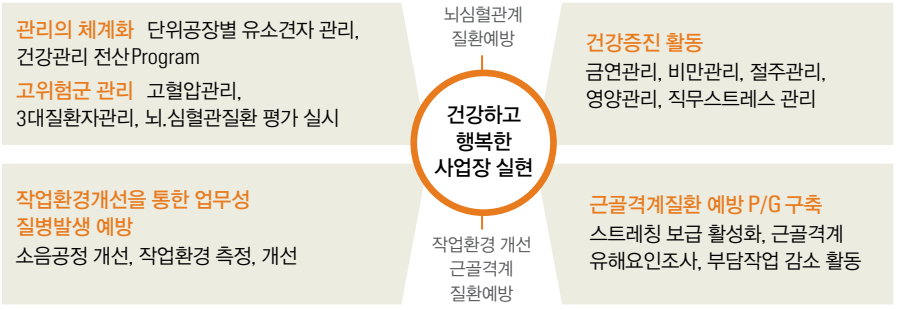
* 산업재해율은 연간근로자수 100명당 발생하는 재해자수의 비율을 말하며, 다음과 같은 기준에 의거하여 산출함.
산업재해율 = (재해자수/근로자수) x 100
* 자료출처: 국내 제조업 및 산업 전체의 산업재해율은 노동부 2011년 산업재해 발생현황을 참고했습니다.

유소견자 비율 | 단위_ %



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

건강증진운동 체계 및 세부 실행 계획 | 청주공장 사례



산업안전보건위원회 | 보건 및 안전과 관련된 정식 협약을 노동조합과 체결하여 노사 동수가 참여하는 산업안전보건위원회를 운영하고 있으며, 분기 1회 정기적으로 위원회를 개최하고 있습니다. 위원회는 생산부서 및 사각지역을 중심으로 예방활동을 전개하고 있으며, 6개월에 1회 작업환경 활동 측정 시 임직원 대표가 참여합니다. 또한 산업안전보건위원회 회의 시 심의·의결을 통해 안전·보건 관련 민원을 해결합니다. 노사는 추후 지속적으로 협력적 산업안전보건위원회를 만들어 갈 계획을 갖고 있습니다.

건강증진 이벤트 사진

임직원 건강증진 프로그램 | 사업장별 특성에 따라 건강관리실을 운영하고 임직원 건강관리 및 보건교육, 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.

임직원 건강증진 프로그램

프로그램	프로그램 내용
유소견자 건강상담 및 보건교육	등급별 건강관리 필요자 관리 - 요관찰자(C등급) : 건강관리계획서 제출 및 부서장 면담 - 질환자(D등급) : 건강관리계획서 제출 및 공장장 면담, 초과근무 제한
	건강상담 및 보건교육 - 간호사 현장 방문 건강상담,산업보건의 건강상담 - 보건교육 : 1회/년(3~4차수)
건강증진 이벤트	- 비만관리 프로그램 : 비만도 및 근육량 관리, 다이어트방법 제공 - 금연 프로그램 : 흡연자 심리 및 건강상담, 금연보조제 제공 - 절주 프로그램 : 잔 안돌리기 캠페인, 음주량 줄이기 운동 등 - 몸짱만들기 프로젝트, 보건소 연계 건강홍보체험 등
Health Care Center 운영	- 사업장별 간호사 상주 근무 - 상시 건강관리 및 상담 진행 - 찾아가는 건강상담 서비스
Health Letter 발행	- 2주 1회 건강에 대한 정보 및 지식 제공
의료비 지원	- 임직원 및 배우자, 자녀에 대한 의료비 지원

INTERVIEW

울산 환경안전팀_ 최성규대리

최근 들어 국내 사업장의 재해율 증가 및 공단지역의 화재, 폭발 사고의 빈발로 노동부 및 관련 기관의 점검, 감독이 강화되는 추세입니다. 이에 LG하우시스는 안전사고예방활동을 지속적으로 강화하고 있으며, 외부적인 점검에 대비하여 관리체계를 더욱 강화하고 있습니다. 이에 따라 안전관리 중 Root Cause제거를 통한 예방활동을 토대로 3M 관점과 PDCA(Plan, Do, Check, Action) Cycle에 따라 실질적인 교육, 내실 있는 불안전요소 제거 활동을 추진하고 있습니다. 또한 관리감독을 강화하는 한편 안전문화 제고를 위한 제안제도 활성화 및 포상제도도 병행하고 있습니다. 뿐만 아니라 유소견자 감소를 위해 보건소와 연계한 이벤트 활동 및 자체 이벤트를 실시하고 있으며, 개인건강관리에 더욱 관심을 가질 수 있도록 노동조합과 합의하여 등급별 관리를 통한 건강관리계획서를 제출하게 하고 있습니다. 이에 더하여 근무시간 제한도 제도화하여 운영하고 있습니다.

기업문화

LG하우시스는 "Happy Change"라는 슬로건 아래 유쾌한 변화와 행복한 생활을 만들어 가고 있습니다.

Happy Change

LG하우시스는 '고객을 위한 가치창조와 인간존중의 경영'을 기반으로 고객에게 행복을 느낄 수 있는 생활공간을 제공하고자 하는 의지를 전달하며, 구성원이 창의와 자율의 기업문화에서 유쾌한 자기변화를 통해 역량을 높이고자 하는 변화에 대한 마인드와 이미지 제고를 위해 'Happy Change, 행복한 생활 변화' 라는 슬로건을 정립하고 있습니다. Happy Change는 고객과 구성원에게 회사의 변화 방향에 대해 지속적으로 인식시키고 홍보하고자 하는 커뮤니케이션 Tool을 포괄하는 키워드이기도 합니다. 이러한 의미에서 고객과 구성원의 유쾌한 변화를 이끌어내고 촉진하기 위한 모멘텀으로 창의와 자율의 조직문화에 기반한 Group Creativity 활동과 Daily Innovation 활동으로 혁신 문화를 정착시키고 있습니다. Group Creativity는 획일적인 개선 노력과 창의적이지 못한 혁신에서 벗어나 모두가 참여하는 집단창의로 큰 변화를 내는 활동입니다. 또한 Daily Innovation 은 일상의 작은 변화를 축적하여 남다른 경쟁력을 이끌어 내자는 노력입니다. 이를 통해 다양한 과제활동을 더 많이, 활발히 참여하고 일상의 개인업무를 경쟁사 관점에서 다시 한번 바라보고 매일 매일 개선점을 찾아 변화 할 수 있도록 돕는 활동입니다.

Z:IN 카페

LG하우시스는 임직원의 자유로운 의사소통과 자발적 참여를 위해 수직적 관계를 벗어나 수평적 문화를 조성하고 있습니다.

세 가지 상담제도로 구성원과 마음 소통

고객의 'Happy Change', '행복한 생활변화'를 위해서는 구성원의 'Happy Change', '유쾌한 자기변화'가 전제되어야 한다는 의미에서, LG하우시스에서는 구성원의 심리상태를 관리하는 세 가지의 상담시스템을 운영하고 있습니다.

EAP 심리상담 | EAP(Employee Assistance Program)는 전문상담제도로서 매주 2회 전문상담사가 방문해 심리상담을 진행하고 있습니다. 상담은 비밀보장의 원칙으로 진행되며, 이를 위해 상담사와 구성원이 회사를 거치지 않고 인터넷 상의 홈페이지, 유선 e-mail을 이용하여 직접 1 : 1 예약 후 상담할 수 있도록 시스템을 갖추었습니다.

산업카운슬링 | 업무상 발생하는 문제에 대해서 보다 전문적인 커뮤니케이션을 위해 산업카운슬링 제도를 운영하고 있습니다. 산업카운슬링 제도는 현업에서 함께 근무하는 동료가 카운슬러가 되어 상담을 진행하는 제도입니다. 산업카운슬러는 6개월간의 전문교육을 통하여 총 34명이 육성되어 활동하고 있습니다. 이에 대한 교육은 자기 자신을 이해하는 것을 우선적으로 배우고 타인과의 다름을 인지하는 과정을 통해 공감과 배려를 배우는 프로세스로 진행하고 있습니다.

1대1 심층면담 | 구성원과의 소통과 공감 형성을 위하여 분기별 1회 이상 팀장과 팀원의 업무 외적인 커뮤니케이션을 운영하고 있습니다. 업무적 대화뿐만 아닌 정(情)이 오가는 커뮤니케이션이 조직에서 이루어지도록 노력하고 있습니다.

2011년도 상담제도 활용 현황 | 단위_ 건

분야	심층면담	산업카운슬링	EAP전문상담
심리상담	1,020	240	109
직무상담	1,705	276	54
경력상담	397	138	23
계	3,122	654	186

*인당 평균 상담회수: 2.8회/人

그린보드

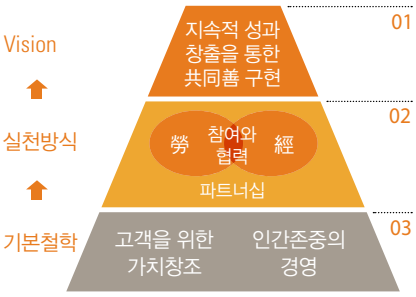
구성원과 CEO와의 소통 'Green Board'

LG하우시스는 1백여 명으로 구성된 대의기구인 '그린보드(Green Board)'를 운영하고 있습니다. 그린보드를 통해 CEO부터 사원직급까지 조직을 아우르는 원활한 쌍방향 커뮤니케이션을 통해 뜻을 하나로 모으고 개개인의 의견이 전달되도록 하고 있습니다. 친환경 기업을 표방하는 기업 이미지에 맞추어 'Green Board'라고 이름 붙여진 이 기구에서는 추천을 통해 선정된 각 사업부문별 대표체제 하에 팀별 그린보더가 구성되어 활동을 하고 있습니다. 사업부문별 대표자들은 CEO의 경영철학을 구성원에게 전달하고 구성원 의견을 CEO에게 전달하는 역할을 하며 자율복장제, 자율출퇴근제 등의 제도개선 요구 및 사무환경 변경의 아이디어를 제안합니다. 이러한 아이디어는 매월 1회 열리는 그린보드 간담회를 통해 실제 적용되며 현재까지 100여건이 넘는 의견이 실행되었습니다.

공동체적 노경관계

LG하우시스는 참여와 협력의 노경 파트너십을 구축, 실천함으로써 지속적인 성과 창출을 통해 세계적인 기업 경쟁력을 확보해 나가고 이를 통해 구성원의 삶의 질을 향상시키고 있으며, 사회 발전에 공헌하는 공동체적 노경관계의 지향점을 달성하는 것을 노경관계 비전으로 삼고 있습니다. 뿐만 아니라 공동체적 노경관계 실현을 위해 기업경영, 작업현장, 단체교섭 차원에서 구성원들의 유기적인 참여와 협력을 도모하는 기업 고유의 노경관계 3차원 모델을 운영하고 있습니다. 또한 중요한 사업 변동 사항에 대해서는 노동조합과 성실히 협의할 것을 단체협약에 명시하여 노경협력의 기반을 강화하였습니다.

노경관계 Vision



01 LG 공동체적 노경관계의 비전
- 세계적 수준의 기업경쟁력 확보
- 구성원의 삶의 질 향상
- 사회발전에 공헌

02 LG 공동체적 노경관계의 비전을 실현 하기 위한 LG 노경 고유의 실천 방식

03 LG의 기업 활동의 목적이자 회사의 운영 원칙 LG 공동체적 노경관계의 기본철학

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. 2012년 현재 생산직 직원의 노동조합 가입률은 청주사업장 100%, 울산사업장 99.7% 입니다. 또한 강제노동 및 아동노동 금지조항을 준수하고, 임신 중인 여성의 시간외 근로와 심야근로를 제한하고 있습니다. 2009년부터 현재까지 강제노동 및 차별관련 위반사항은 없습니다.

노경 커뮤니티 | 수직적 개념의 노사관계가 아닌 수평적 개념, 즉 직원과 경영자가 서로 대등한 입장에서 각자의 역할을 존중하며 참여와 협력의 노경관계를 추구합니다. 이를 위해 임원은 정기적으로 사원과의 대화를 실시하고 있으며 분기별 경영진 간담회를 갖고 있습니다. 또한 조직활성화 활동으로 각 사업장별 체육대회를 해마다 실시하고 있습니다. 노경합동 TFT 운영을 통해 현장예비리더 및 제조 직무전문가 선발 및 직급호칭 개선을 하였습니다. 또한 분기 1회 노경협의회를 개최하고 있으며 노경공동일정, 협의, 복지시설 개선·확충, 경영성과 공유, 회사 주요일정 공유와 같은 활동을 펼치고 있습니다.

INTERVIEW

그린보드 대표, 사업전략팀_ 장철호 차장

2009년 건축장식자재 및 고기능소재·부품 분야의 고객과 직접 커뮤니케이션 하는 LG하우시스로 새로 출범하면서 "행복한 변화(Happy Change)"가 우리의 기업문화를 대변하는 단어라고 할 수 있습니다. 그러나 구성원이 느끼지 못하고 참여하지 않는 변화는 소리만 있을 뿐 실체가 없다 할 수 있겠습니다. "그린보드"는 영업, 공장, 연구소, 본사까지 전 부서에 이를 전파하고 실제 실행하는 주체로서의 역할을 통해 행복한 변화라는 기업문화를 만드는데 공헌하고 있습니다. 기업의 조직 프로세스에서는 어려운, 구성원들의 진실된 소리를 경영진에게 전달하고 경영진의 경영 전략방향을 구성원에게 전파하는 새로운 개념의 채널이 그린보드의 의미라 하겠습니다. 초기 2년은 구성원들의 근무환경, 제도개선 등 Needs를 전달하여 이를 반영하는 활동에 주력하였으며, 앞으로는 상하 및 수평간 실질적인 소통을 위한 노력에 집중할 계획입니다. 전사차원 자발적 이노베이션, i-Café 등의 실행에서 주도적으로 참여할 계획이고, 경영진과 자유로운 커뮤니케이션을 위한 자리 마련을 강화할 계획입니다.

제품책임

CUSTOMER

LG하우시스는 고객 접점의 과정을 진실의 순간으로 여기며 제품과 서비스에서 진정성을 담아 확실한 대안을 제시하고자 합니다. 이를 실현하기 위해 제품 개발부터 폐기에 이르기까지 전 과정에 걸쳐 고객과 직접 소통할 수 있는 활동을 확대하고 있습니다.

제품 책임

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.

고객 및 소비자 건강/안전	- 휘발성유기화합물질(VOC) 저감 연구 - Bio Persistence진공단열재 심재 개발 - 자동차 내장부품 냄새 관련 시험 강화 - 자동차 Airbag deploying 시 비산방지를 위한 고내한성 TPO Sheet 개발	- 천연소재, 친환경 가소제 및 첨가제, 중금속 최소화 원재료 적용 - 고내구성 자동차원단으로 소재 전환 - 원재료별 MSDS 확보 - 원료 협력사 정기진단 및 입고원료 검수	- 창호 노출환경에 따른 안전 특성 부여 - 실무자 안전을 고려한 창호 검증 및 Test설비 자동화 - 인테리어필름 방염필증 획득 - 표면소재 위생성 및 환경성 국제인증(NSF) 획득 - 자동차부품 생산 시 날카로운 엣지부 후가공 작업	- 운반작업자 근골격계 보호를 위한 이동식 운반용기 사용 - 창호재 보관 전용 적재설비 구축으로 작업공간 안전확보 - 자동차원단 파레트 벤딩 방식 변경(벤딩→Wrapping)	- 여닫이 창짝 모서리에 어린이 부딪힘 보호캡 적용 - 제품 사용법 및 주의사항 라벨링 - 사내 지정장소에서 폐기물 처리
Value Chain	연구개발	원재료 수급·사용	생산	보관·출하	사용·A/S·폐기 등
사회/환경적 영향	- 유기물질 오염방지 표면 코팅제 개발 - 자동차 연비 향상을 위한 경량 신소재(나노소재) 적용 - 냉장고 진공단열재 재활용 연구	- 공정 내 발생 스크랩 원료화로 자원절약 및 재활용 - 진공단열재 심재 재활용 검토 - FSC인증 베니어 사용	- 유기용제 방출에 따른 대기방지시설 설치 - 진공단열재 분진물 포집 처리를 위한 집진기 설치 - 불량 부품, 원재료 종류별 분류 철저	- 포장용기 재활용 - PE WRAP Direct Packing 등 자동차원단/부품 소모성 포장재 사용 억제	- 창호, 바닥재 교체 시 기존제품 회수 및 재활용 - 자동차원단 PP FOAM 재활용

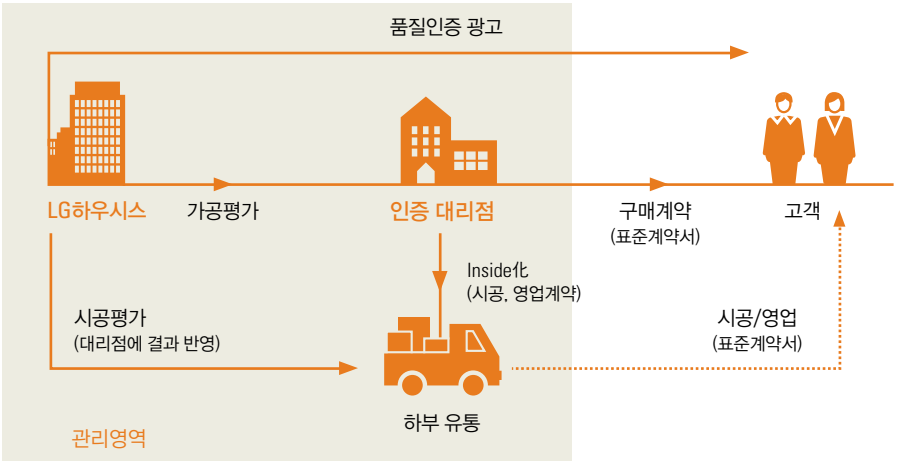
중요성 평가 결과

제품책임 중요성 평가 결과

마케팅 관련 고객 커뮤니케이션과 고객 만족 활동 등 고객과의 소통에 대한 부분이 중요이슈로 선정되었습니다.

제품 품질인증 제도 | 유통 구조 혁신을 통해 가공/시공/AS 품질을 확보하여 완벽한 제품을 고객에게 전달하기 위해 품질인증 제도를 도입하였습니다. 이를 위해 우수한 가공 품질을 제공하고 완벽한 시공 품질 및 신속한 A/S 대응력의 확보를 위해 노력하는 등 3개 활동 축을 중심으로 고객만족을 실천하고 있습니다.

품질인증 체계



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.

현장품질 감리체계

시공관리 Flow	BS 현장확보	제품점검	현장조치	시공점검	시공교육	사후점검	결과 F/Back
세부내용	- 시공현장/제품/일정 확인 - 대리점 사전 BS 일정 협의	- 현장입고 제품 및 원부자재 품질검증	- 불량품 조치 및 F/Back	- 주요 시공품질 점검 - 시공시점~마무리 공정 점검	- 시공 품질미흡 항목 현장교육 - 시공시방 및 시공 부자재 교육	- BS활동 현장 방문 및 A/S관리 - 시공만족도 Happy call 실시	- BS활동 결과 F/Back - 시공 후 A/S 발생 유무 확인

법규 준수 | LG하우시스는 올바른 제품 정보 전달을 통해 고객의 합리적 소비를 돕고 있으며, 2011년 12월까지 고객의 보건 및 안전 관련 규제, 제품 및 서비스 정보/라벨링 관련 규제를 준수하였습니다.

고객 만족 활동

LG하우시스는 고객의 목소리를 제품 개발과 경영활동에 반영하고 있으며, 이를 실현하기 위해 VOC 활동에서부터 지엔느 활동에 이르기까지 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영하고 있습니다.

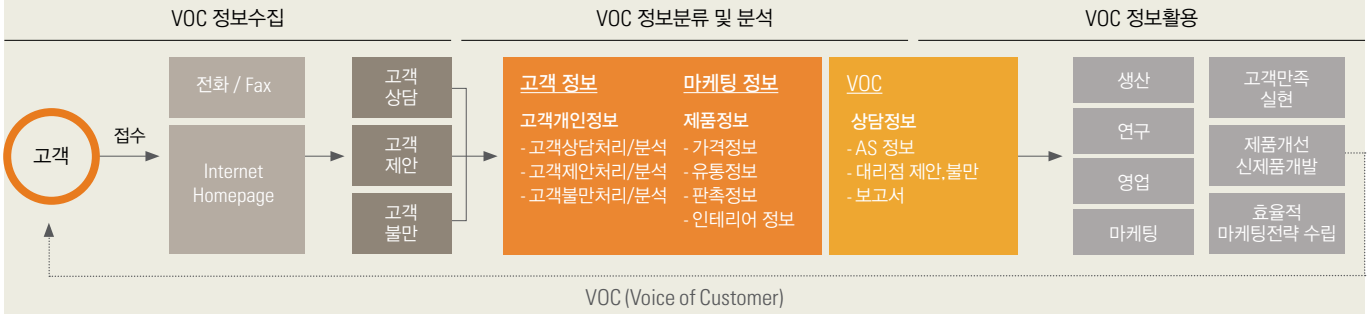
서비스 개선을 위한 활동(VOC)

LG하우시스는 서비스 개선활동의 일환으로 상담매뉴얼을 표준화 하여 상담원들의 서비스 역량을 동일한 수준으로 향상시키고 있습니다. 고객서비스를 강화하기 위하여 직원들의 교육을 전문교육기관인 한국생산성본부, KMAC 등에서 실시하고 있는 CS전문교육을 1인 년간 2회 이상 교육을 이수하도록 하여 고객서비스 수준을 향상시키고 있습니다. 이와 함께 고객과의 만남이 잦은 AS 기사에게는 현장교육 위주의 실습과 이론교육, 친절교육과 하자유형별 처리방법 동영상을 제작하여 고객 접점에서의 문제해결 능력 향상과 고객에게 최상의 서비스를 제공 할 수 있도록 지원하고 있습니다. AS뿐 아니라 고객불만을 사전에 방지할 수 있는 BS활동(Before Service 활동)을 강화하여 더욱 차별화된 고객 만족 실현에 앞장서고 있습니다.

고객응대 | 고객 만족 활동은 상담단계를 시작으로 AS처리 완료까지 모든 고객의 불만을 해결하기 위하여 VOC 시스템을 기반으로 운영하고 있습니다. 운영과정에서 고객의 불만이 고객상담실, 홈페이지, 팩스로 접수되면 24시간 내 AS담당자가 지정되고 고객에게 연락하여 제품 불만에 대한 기술상담과 함께 AS를 제공하고 있습니다. 또한 해피콜을 통하여 고객 만족도를 향상시키고 서비스를 개선해 나가고 있습니다. 이와 함께 최근 소비자 시대에 맞춰 고객의 소리를 회사 전반에 반영하도록 제품개발과 개선이 이루어지는 개발과 생산현장에 주기적으로 제공하고 있습니다.

서비스정보의 수집,평가,분석 및 활용체계 | 각종 고객상담 문의, 제안, 불만, 칭찬 정보를 축적 통합 분석하여 관련부문과 공유하고, 차기 제품 개발과 마케팅 정책 수립에 반영하고 있습니다.

VOC 시스템 체계



고객 정보 보호

LG하우시스는 고객이 제공한 정보를 보호하기 위해 정보통신망 이용 촉진 및 정보 보호 등에 관한 법률 및 개인정보보호법을 준수하며, 기술적 안전 조치로서 Network 보안, Application 보안, PC 보안, 물리보안 등 각 영역별 보안 활동을 통하여 개인정보를 안전하게 보호하고 있습니다. 정보 보호 인식 캠페인의 일환으로 임직원 및 협력업체 직원을 대상으로 정보 보호 교육을 실시하고 있으며, 업무상 개인정보를 다루는 개인정보 취급자에 대해서는 별도로 개인정보 보호 교육을 실시하여 고객 정보보호에 대한 임직원의 의식을 고취시키고 있습니다. 정보 보호 체계(조직) 강화 차원에서는 정보보안협의회를 통해서 전사 차원의 정보 보호 정책 및 장기 로드맵을 수립하며, 실행력을 강화하기 위하여 부서별 정보보안 담당 지정제를 실시하고 있습니다. 이와 같은 기술적 안전 조치, 임직원 캠페인, 사내 정보보안 정책 조직 등을 통해 정보 보호 수준을 지속적으로 향상시키기 위해 노력하고 있습니다.

Z:ENNE 란?

인테리어에 대한 전문가적인 지식을 가지고 꼼꼼하게 가족의 LOHAS(Lifestyles of Health and Sustainability)를 생각하는 여성그룹입니다.

Z:ENNE (지엔느)

LG하우시스의 브랜드 지인(Z:IN)의 인지도 제고를 위해 2007년부터 매년 약 20여 명의 인테리어에 관심있는 주부를 홍보대사 지엔느(Z:ENNE)로 선발하고 있습니다. 지엔느는 기업에서 진행하는 제품 개발 및 마케팅 활동 전반에 대한 고객의 솔직한 의견과 니즈를 전달하는 동시에 브랜드 메신저로 활동하며 현재까지 약 100명 정도의 지엔느가 배출되었습니다. 지엔느와 같이 실제 제품을 사용하고 있는 고객의 객관적인 평가와 니즈를 제품개발 시 컨셉을 잡는 단계에서부터 제품 완성 후 마케팅에까지 적용할 수 있다는 것이 지엔느 운영의 가장 큰 장점이며, 이처럼 제품의 개발부터 마케팅 단계까지 고객의 니즈가 반영되면서 보다 만족도가 높은 제품이 나오게 됩니다. 지엔느는 앞으로도 더 많은 소비자들에게 사람과 자연이 더불어 사는 친환경적인 인테리어를 최우선 가치로 생각하는 Z:IN의 메시지를 전파하는 동시에 소비자의 마음을 대변할 것입니다. LG하우시스 Z:IN은 지엔느 운영을 통해 소비자들에게 더 다양한 기회를 제공하는 등 소비자들과 적극적인 커뮤니케이션을 지속할 예정입니다.

지엔느 5기 발대식

Z:ENNE의 제품 개발 참여

지엔느는 제품 개발에도 직접 참여합니다. 2009년 지엔느가 디자인과 컬러매칭 등 제품 개발 전 과정에 참여하여 제작된 '지엔느 글라스' 패턴의 벽지가 출시되었습니다. 지엔느의 명칭에서 따온 패턴인 '지엔느 글라스'는 주부들 사이에서 좋은 반응을 얻었으며 2010년 출시한 '공기를 살리는 벽지'도 일부 패턴을 지엔느가 직접 제작하였습니다.

벽지 품평회에 참석한 지엔느

지엔느가 개발한 '지엔느 글라스'

동반성장 활동

PARTNER

LG하우시스는 본사 및 각 사업장에서 구매팀 등을 중심으로 일관성 있고 전문적인 협력사 지원·육성책을 마련해 협력회사와의 동반성장을 이루어 지속적이고 실질적인 대-중소기업 상생 모델을 만들어 나가고 있습니다.

동반성장 및 공정거래 협약 체결

LG하우시스는 2011년 약 1,700여 개 회사와 거래관계를 맺고 있습니다. 이들로부터 총 1조 6,066억 원을 구매하였으며, 이 중 지역사회로부터 직접 구매한 비율은 36%입니다. 2008년 11월에 동반성장 및 하도급 공정거래 협약을 체결한 바 있으며, 협약을 통해 각종 협력회사 지원 및 하도급법 등 관련 법규 준수 등을 약속하였습니다. 공정거래위원회는 2010년 이행평가를 통해 우수 등급을 부여하여 당사의 동반성장 노력의 성과를 확인하여 준 바 있습니다. 또한 2010년에는 당사 포함 LG그룹 9개 계열사 공동으로 하도급 상생협약을 체결하는데 참여하였습니다.

동반성장 5대 주요과제

최고경영자 실천의지 표명	금융지원 확대 대금결제 조건 개선	경쟁력 강화 기술지원	인력 육성 교육지원	기타 동반성장 지원
- 동반성장 전담조직 설치 및 운영 - 협력사 현장방문 확대	- LG상생협력펀드 및 네트워크론/패밀리론 운영 - 평가 우수업체 현금결제	- 협력사 문제해결 지원 - 기술 및 품질 개선활동 - 협력사 공동 특허 출원	- 협력사 임직원 역량 강화 교육(품질관리, 생산기술, 안전/환경, TPM 등)	- 장비 국산화 확대 - 협력회 분과위 활동 지원 - 하도급법 준수(부당감액 및 구두발주 금지 등)

원자재확보 지원 | 협력사의 자금 부담 및 자재 구매난을 해소하기 위해 '사급제도'를 시행해 2009년 2,700여억 원의 원자재 구매를 지원하였습니다. 레진, 철판 등 주요 원자재를 직접 구매해 협력사에 제공함으로써 원자재 가격 변동에 따른 위험을 협력사가 아닌 기업이 부담하는 사급제도를 통해 납품 단가를 현실화하는 데 힘써 왔습니다. 특히 협력사가 직접 구매할 때보다 단가 측면에서 시장가격보다 싸게 구매할 수 있어 협력사의 원활한 경영활동을 지원할 수 있었습니다. 향후 제도 확대를 통해 더욱 공고한 상생협력 관계를 구축하도록 하겠습니다.

중요성 평가 결과

협력회사 중요성 평가 결과

상생경영과 협력회사 선정의 공정성 및 투명성이 협력회사 부분의 중요이슈로 선정되었습니다.

결제조건 개선 | 상생협력 방안의 하나로 협력사의 경쟁력 확보를 위해 품질과 관리능력이 탁월한 우수 협력사에게 현금결제 제도를 시행하고 있습니다. 우수 협력사는 매 분기별로 품질 및 공정관리 등 합리적인 평가를 통해 선정됩니다. 또한 LG계열사들이 공동으로 참여 중인 'LG 상생협력펀드'에 자금을 조성해 협력사에 저금리로 대출하여 협력업체의 자금활동을 지원하고 있으며, 네트워크론, 패밀리론 등 다양한 자금지원책을 통해서 협력회사에 지원을 확대하고 있습니다.

기술지원 및 교육 | 협력회사와 상생협력을 위해 기술지원을 확대하고 있습니다. 공정진단 및 품질기술 교육 등을 지속적으로 실시하고 있으며, 프로세스 혁신 등을 위해 사내외 컨설팅을 지원하는 등 기술부분 지원에 힘을 쏟고 있습니다. 또한 설비 및 품질 전문가의 지원으로 생산 안정화와 품질 개선을 할 수 있었으며, 종합적인 생산관리활동을 지원해 비용절감을 도와주었습니다.

친환경 기술지원 | 협력사의 저탄소 인증, 폐기물 관리, 에너지 절감 등의 친환경 기술지원에 자사의 역량을 적극 지원함으로써, 협력사와 함께 저탄소 녹색 생활공간을 함께 만들어 가는 데 힘을 보탤 계획입니다.

협력업체 선정 및 평가

LG하우시스는 공정하고 투명한 절차에 따라 협력회사를 선정하고 대·중소기업간 동반성장을 위한 5대 지원 과제를 선정하고 이를 충실히 이행해 나감으로써 최고의 파트너가 될 수 있도록 노력하고 있습니다. 기업과 거래를 희망하는 신규 협력회사들의 접근성 및 개방성 향상을 위해 LG하우시스 홈페이지에서 거래등록 신청을 할 수 있도록 하였으며, 협력회사 등록 시 재무평가, 기술평가, 안전/환경 법규 준수, 윤리경영 실천 여부 등을 확인하고 이에 적합한 업체만을 협력회사로 등록하고 있습니다. 또한 이를 구매규정, 협력업체 선정지침, 협력업체 운영지침에 명시하여 지속적으로 관리하고 있습니다. 협력회사 평가 후 해당 협력회사에게 평가항목별 평가결과를 피드백함으로써 평가의 공정성을 확보하고 있으며, 평가결과에 따라 협력회사 지원, 육성 또는 퇴출을 지속적으로 관리하고 있습니다.

구매규정

- 협력업체 선정지침
- 협력업체 운영지침
- 설비외주공사 지침
- 구매계약관리
- 구매System 관리

협력업체 선정 절차

거래희망업체 등록 요청 ➡ 재무,기술,윤리 점검 ➡ 잠재업체 등록 ➡ 현장방문 실사 ➡ 최종 공급업체 선정

협력회사와의 커뮤니케이션 | 매년 주요 협력회사 및 이슈가 있는 협력회사를 방문하여 애로사항을 청취, 이에 따른 현황을 파악함은 물론 경영활동에 반영하고 있습니다. 특히 CEO와 구매담당이 협력회사를 직접 방문하여 협력회사의 의견을 직접 청취하고 있으며, 년 10회 협력사 분과위 활동을 지원하고 사업계획 공유 및 정도경영 교육을 실시하고 있습니다.

2011 협력회사 커뮤니케이션

구분	대상업체
CEO 협력회사 방문	25개사
구매담당 협력회사 방문	45개사
협력사 분과위 활동 지원 (10회/년)	65개사

공정경쟁

LG하우시스는 평등한 기회 제공, 공정한 거래절차 확립, 상호 발전의 추구라는 공정거래 원칙에 따라 공정거래 자율준수 프로그램을 운용하고 있으며, 이에 따른 사내진단 및 법규교육을 실시하고 있습니다.

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 자율준수 프로그램(Compliance Program: CP)

LG하우시스는 분할 전인 2002년부터 공정거래 자율준수 프로그램을 운영하였습니다. 분할 이후 정도경영 및 공정거래 의지를 다지고자 2010년에 LG하우시스의 이름으로 재도입하고 CEO의 공정거래 자율준수의지 천명과 함께 공정거래위원회에서 권장하는 공정거래 자율준수 프로그램 운용기업으로 등록하였습니다.

주요 프로그램	
사내점검	매년 주요 사업부와 사업장, 공장을 대상으로 공정거래 사내점검 실시
법규교육	사내 공정거래 의식을 고취하고 공정거래 문화를 촉진하기 위해 공정거래 Manual 및 교재를 보급, 정기적으로 사·내외 교육 실시
사전검토	기획, 영업, 마케팅, 구매, 재무 등 사업영역 전반에 있어서 경쟁법규 위반이 발생하지 않도록 각종 사업활동을 시행하기 전에 반드시 사내 공정거래 전문가의 검토 실시
하도급거래 내부 심의	협력회사와의 거래시 불공정 하도급거래 행위가 발생하는 것을 예방하고 효과적인 감시시스템을 구축하기 위해 구매담당을 포함하는 '하도급거래 내부 심의위원회'를 설치·운용

공정거래 운영 조직 | 공정거래 자율준수 프로그램을 전문적으로 운영하기 위해 임원급 공정거래 자율준수 관리자 산하에 별도의 실무팀을 운영하여 회사 전체의 공정거래 자율준수 프로그램 운영 계획, 실행 등을 전담시키고 있습니다. 또한 중소 협력업체들과의 하도급거래의 공정성을 기하기 위해 하도급거래 내부심의위원회를 설치·운영하여 일정 규모 이상의 하도급 거래는 사전 심의를 통해 그 적법성을 검토하여 하도급법 위반을 예방하고 있습니다.

공정거래 운영 성과

매년 사업부 및 사업장을 대상으로 공정거래 및 하도급에 대한 교육 및 점검을 실시하였습니다. 영업분야에 대해서는 2009년부터 카르텔(담합)예방에 중점을 두고 사내 점검 및 교육을 실시하였습니다. 2010년 상반기에는 공정거래 협약 이행평가결과 우수등급을 수여 받았으며, 2010년 하반기 LG그룹 9개 계열사와 동시에 하도급 공정거래 협약을 체결하였습니다. 2011년에는 사업부 팀장 대상으로 카르텔 전문 교육을 실시하였고 구매팀 담당자 대상으로 하도급 전문 교육을 실시하였습니다. 이러한 노력에도 불구하고 2011년 벽지담합사건으로 공정거래위원회로부터 437백만 원 과징금을 처분받아 납부하였습니다. 현재 위의 사항에 대해 공정거래위원회 시정명령 및 과징금 부과처분에 대한 취소소송을 제기하여 진행 중에 있습니다. 또한 이와 같은 사건이 재발하지 않도록 공정거래 사내진단 및 교육을 지속적으로 강화하고 있습니다.

공정거래준수 프로그램 운영실적

연도	실적	주요 내용
2009	13회	카르텔 예방을 위한 사내 점검 및 교육 실시
2010	11회	공정거래자율준수 프로그램 도입, 공정거래 협약 이행평가(우수등급), 당사 포함 LG그룹 9개 계열사 공정거래협약 체결식 실시
2011	13회	사업부 팀장 대상 카르텔 전문 교육, 구매팀 담당자 하도급 전문 교육

지역사회

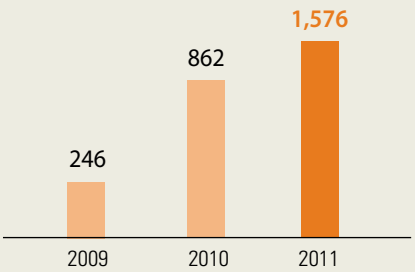
COMMUNITY

LG하우시스는 자연, 사람 그리고 공간에 대한 사회적 기여를 목표로 사회환원에 역점을 두고 있습니다. 'Happy Change(유쾌한 변화)'라는 슬로건을 바탕으로 고객과 이웃들과의 만남을 통해 행복한 생활의 변화를 느낄 수 있도록 다양한 활동을 펼치고 있습니다.

LG하우시스만의 차별화된 사회공헌 활동

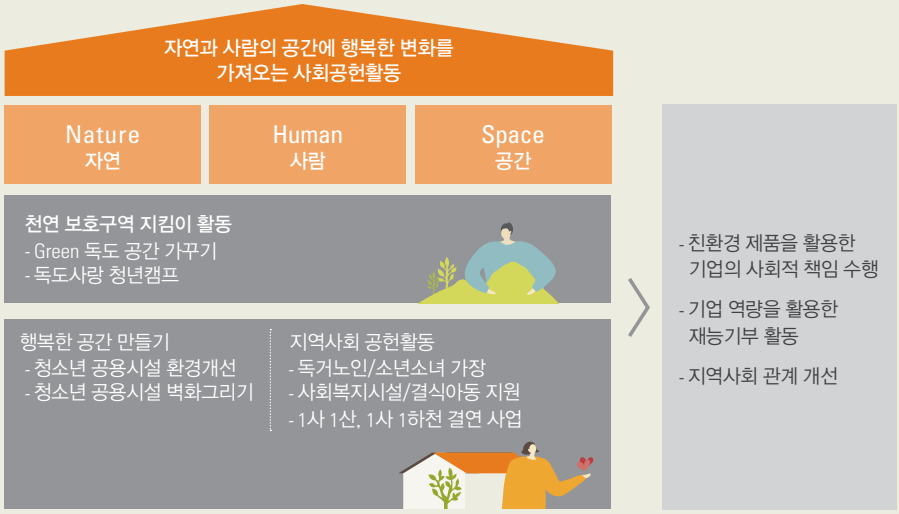
LG하우시스는 생산활동을 통한 고용증대와 단순한 기부를 통한 사회적 기여 차원을 넘어 회사가 갖춘 인적 역량과 제품역량을 기초로 차별화된 사회공헌 활동을 활발히 펼치고 있습니다. 건축/시공역량을 활용한 청소년 공간 개선 활동, 전문 디자인 역량을 활용한 벽화 그리기, 고객과 함께하는 미술교실 등 다양한 형태의 재능기부 활동을 개발하여 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 노력하고 있습니다.

지역사회 투자 비용 | 단위_ 백만 원



*지역사회공헌 비용 중 2009년 금액 중 일부는 집계되지 않았으며, 2010년과 2011년 금액에 미국과 대만 지역에 대한 투자금액이 포함되어 있음

LG하우시스 사회공헌 활동 전체상



중요성 평가 결과

지역사회 중요성 평가 결과

지역사회 공헌활동이 지역사회 중요성 이슈로 선정되었습니다.

독도 천연보호구역 지킴이

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

Green 독도 공간가꾸기

LG하우시스는 우리 고유 영토인 독도 천연보호구역의 아름다운 자연환경과 경관을 보존하면서 독도 거주민의 삶의 질을 높여주는 "Green 독도 공간가꾸기 활동"을 지속적으로 수행하고 있습니다. 2008년 시범사업을 시작으로 현재까지 독도 경비대와 독도 항로표지 관리사무소에 파견되어 오지에서 어렵게 임무를 수행하고 있는 독도지킴이들의 주거 및 업무공간을 개선하고 안전시설을 확충해 왔으며, 2011년에 개축된 독도 주민숙소의 건축 내장재 일체를 친환경 바닥재와 벽지로 교체하여 이용자들의 생활의 질을 높이는데 일조하였습니다. 2010년에는 독도지킴이 활동의 우수성과 독도 문화재 보존활동에 대한 기여도를 인정받아 한 문화재 한 지킴이 활동 유공자 포상(문화재청장)을 수상하기도 하였습니다.

독도사랑 청년캠프

독도에 대한 이해도를 높이고, 이를 바탕으로 독도사랑을 실천할 젊은이들을 양성하고자 기획된 독도사랑 청년캠프는 독도 방문 및 근무자와의 만남, 전문가 강의, 독도사랑 실천과제 수행, 자연탐방 트레킹 등 독도를 직간접적으로 체험할 수 있는 다양한 프로그램으로 구성되어 있습니다. 지난 2년간 50여명의 대학생이 참여하여 우리 섬 독도의 아름다움을 널리 알리는 활동을 지속적으로 수행하였습니다.

2009

Green 독도 공간 가꾸기
- 한문화재 한지킴이 협약(문화재청)
- 독도 경비대 바닥재, 벽지 교체
- 경계구역 안전펜스 설치

2010

Green 독도 공간 가꾸기
- 독도 경비대 내무반 바닥재, 벽지 교체
- 경계구역 안전펜스 추가 설치
- 차양막 설치

독도사랑 청년캠프
- 독도사랑 청년지킴이 1기 선발
- 독도사랑 축소 모형 만들기
- 독도사랑 UCC 제작
- 독도경비대 위문의 밤
- 천연보호구역 환경 정화 활동 수행

1. Green 독도 공간 가꾸기
2. 독도사랑 청년지킴이
3. 독도사랑 청년캠프

2011

Green 독도 공간 가꾸기
- 독도 경비대 주방 및 식당 바닥재
- 주방 공조시스템 개선
- 독도 등대 에어컨 설치
- 독도 주민 숙소 내장재 업그레이드 (Z:IN 창호재/벽장재/바닥재 제품)

독도사랑 청년캠프
- 독도사랑 청년지킴이 2기 선발
- 독도사랑 실천과제 수행
- UCC/태극기 제작/독도사랑 활동
- 독도지킴이 위문의 밤
- 독도사랑 Clean & Green 캠페인
- 천연보호구역 환경 정화 활동 수행

행복한 공간 만들기

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

행복한 공간 만들기 발자취
대상시설 및 활동내용

1호점 - 일산 홀트 아동복지타운 | 사랑방

- 벽화 그리기 활동
- 바닥재, 벽지 교체
- Door 교체 및 보수, 놀이기구 도색
- 생필품 지원, 선물 전달

2호점 - 천호지역 아동센터 외 3개소

- 바닥재, 벽지 교체
- PC, 칸막이, 책상, 의자, 사물함 교체
- 인턴 사원 체험 봉사활동
- LG 관련 행사 참여기회 제공(F/Up)

3호점 - 동산지역아동센터

- 바닥재, 벽지 교체
- Lay-out 효율화
- 냉·난방 단열시공

4호점 - 영등포 사회복지관

- 프로그램실개편(4)
- 바닥, 벽지 교체
- 디자이너 투입
- 고객 참여방안 모색

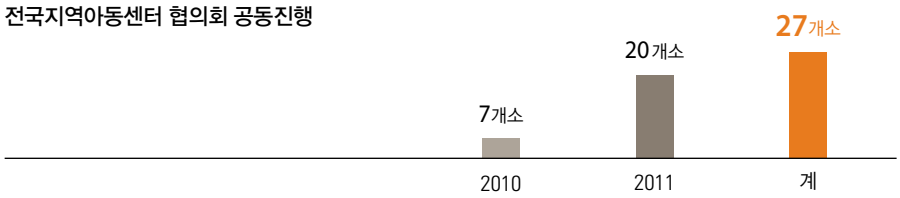
행복한 공간 만들기

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

행복한 공간 만들기 1호점인 일산 홀트 아동복지타운(2009년) 이래 매년 3~5개소에 이르는 청소년 공용공간을 지속적으로 개선해 나가고 있습니다. 행복한 공간 만들기 사업은 시설 노후화로 어려움을 겪고 있는 시설에 장판 및 벽지 등을 무상으로 교체 시공하는 것은 물론, 공간활용 효율화/극대화 등의 공간 컨설팅 및 벽화 그리기 등의 활동을 병행하여 시설을 이용하는 청소년들과 운영자들의 큰 호응을 얻고 있습니다.

더불어 당사 고객들과 함께 수혜 시설의 청소년을 대상으로 미술교실을 여는 등 재능기부형 프로보노(Probono)활동을 실시함으로써 나눔의 기쁨을 고객과 함께하고 있으며, 2010년부터 전국지역아동센터 협의회와 공동으로 행복한 공간 만들기를 진행하여 2년간 27개소의 시설을 개선하였습니다. 누구나 행복한 세상을 위하여, 보이지 않는 곳까지 찾아가 도움의 손길을 뻗을 수 있는 LG하우시스가 되겠습니다.

전국지역아동센터 협의회 공동진행



친환경 공간 나눔 캠페인

(사)좋은 사회를 위한 100인 이사회 소속 연예인들과 함께 LG하우시스의 친환경 건축장식자재를 활용해 사회복지시설, 낙후지역쉼터 등을 개보수하는 지인(Z:IN) 친환경 공간나눔 캠페인을 전개하였습니다. 2011년 임직원들은 100인 이사회 소속 연예인들과 함께 지체장애아동 보호시설인 '한사랑마을' 시설 교체 및 개보수, SOS어린이마을 환경개선, 에너지 절감형 창호 교체(수락산 시립수락양로원), 친환경 쉼터 조성(북한산 둘레길) 등의 다양한 사회공헌 활동을 펼쳤습니다. 이와 더불어 지인 웹사이트(www.z-in.com) 내에 댓글을 달면 댓글 수만큼 금액을 적립해 기부할 수 있는 고객참여형 사회공헌 활동 프로그램을 기획하여 고객들에게도 사회공헌 활동에 동참할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.

행복한 집 만들기 - 벽화 그리기

지인 친환경 공간 나눔 캠페인 - 서울 SOS어린이집

지역사회 공헌

LG하우시스는 지역사회의 발전과 환경보호를 위하여 지역사회공헌 활동을 펼치고 있습니다.

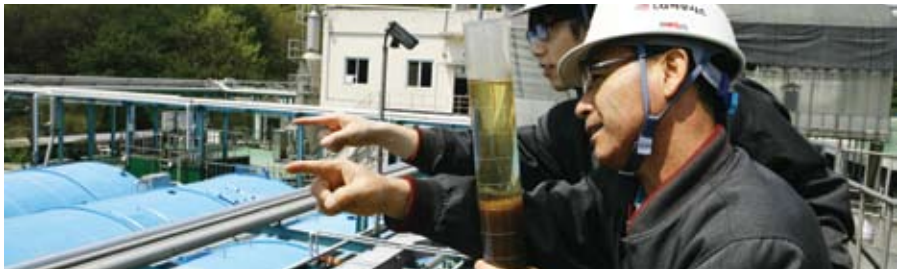
지역 밀착형 사회공헌 활동

LG하우시스는 지역사회의 균형적 발전을 위해 다양한 분야에서 지역사회 공헌활동을 펼치고 있습니다. 사업장내 환경동산을 조성하여 녹지공간을 유지하고 환경지표식물을 식재하여 사업활동이 주변환경에 미치는 영향을 면밀하게 관찰하고 있습니다. 또한 사업장내 대기방지시설 및 수질정화시설 등 주요 환경시설을 지역주민과 학생들에게 환경교육장으로 공개하여 환경의 중요성을 알리는 데에도 노력하고 있습니다.

울산 사업장에서는 매월 1사 1산 1하천 정화활동의 일환으로 인근 대운산에 대한 정화활동을 지속적으로 실시하고 있으며, 클린울산추진단(울산시청 산하)과의 긴밀한 협조를 통해 자연보호활동을 추진한 결과 2011년에 1사 1산 1하천 정화활동 우수사업장으로 선정되었습니다. 또한 기초생활수급권자, 독거노인, 저소득 장애인가정 등 온정의 손길이 시급한 수재민들의 시름을 덜어 드리고자 벽지와 바닥재 등을 후원하여 수해로 인한 총 175 가구의 피해를 복구하였습니다.

환경보호 활동

생물다양성 보호 노력의 일환으로 울산 사업장에서는 사업장 인근에 위치한 회야강의 수질을 관리하기 위해 관공서와 협력하여 월 1회 자발적인 수질조사를 실시하고 있습니다. 회야댐에서 강구나루까지 상류에서 하류까지 총 13개소에서 6개항목에 대해 정기적으로 수질을 점검하고 있습니다.



울산공장 오염물질 배출 조사

해외사업장에서의 사회공헌활동

중국 천진에 위치한 생산법인 LG신형건재에서는 사원들이 자발적으로 '애심협회(愛心協會)'라는 사회공헌단체를 구성하여 사천성 지진재해지역 소학교 지원, 지역 양로원 봉사활동, 장애인학교 후원 등 천진 지역 내 LG하우시스만의 사회공헌활동으로 지역사회에 작은 반향을 일으키고 있습니다. LG신형건재는 소외 이웃들이 필요로 하는 물품을 제공하고, 임직원들이 참여한 공연이나 이발, 청소, 식사 등 다양한 봉사활동을 실천함으로써 한국기업의 따뜻한 기업문화와 공경의 정신을 중국사회에 전파하는 데 큰 역할을 하고 있습니다.

LG신형건재 사회공헌활동

Appendix

Summary of the Data P. 70
Third Party Assurance Statement P. 72
GRI G3.1 Index P. 74
Awards and Memberships P. 78
Glossary P. 79
Participant Information P. 80

데이터 요약

Financial Information

손익계산서 | 단위_ 백만 원

구분	2009	2010	2011
매출액	1,662,536	2,242,065	2,450,105
매출원가	1,325,823	1,789,938	1,964,687
매출총이익	336,713	452,127	485,418
판매비와 관리비	269,547	391,843	417,683
기타영업수익	7,639	30,912	33,535
기타영업비용	32,001	27,706	28,959
영업이익	42,804	63,490	72,311
영업외손익	△11,597	△7,613	△12,341
법인세비용차감전순이익	31,207	55,877	59,970
법인세비용	3,368	14,209	12,143
당기순이익	23,562	40,057	46,311

대차대조표(재무상태) | 단위_ 백만 원

구분	2009	2010	2011
유동자산	794,625	809,337	1,105,148
매출채권	392,931	362,858	437,931
재고자산	116,178	147,922	207,274
비유동자산	606,000	709,259	815,812
유형자산	536,487	635,898	725,034
매각예정비유동자산	1,399	1,097	21,521
자산총계	1,402,024	1,519,693	1,942,481
유동부채	509,648	596,192	892,666
비유동부채	224,518	227,586	327,541
부채총계	734,166	823,778	1,220,207
지배기업소유주지분	664,851	688,288	721,464
자본금	50,000	50,000	50,000
자본잉여금	618,183	618,183	618,187
기타자본항목	△8,189	△8,189	△8,189
기타포괄손익누계액	△16,182	△15,992	△10,909
이익잉여금	21,039	44,286	72,375
비지배지분	3,007	7,627	810
자본총계	667,858	695,915	722,274
부채 및 자본총계	1,402,024	1,519,693	1,942,481

* △는 부(–)의 수치임

Environmental Information

원료사용량 | 단위_ ton

	2009	2010	2011
PVC	76,669	89,506	118,382
탄석	61,330	72,719	72,319
가소제	22,714	28,104	25,780
MMA	10,995	10,979	19,646
기타	104,303	115,140	134,024
총 원료사용량	276,011	316,448	370,152

환경투자 비용 | 단위_ 백만 원

	2009	2010	2011
공정개선 투자	2,590	836	770
환경친화적 제품 설계·생산 투자	48	25	26
기타환경개선 투자	119	57	65
총 환경투자 비용	2,757	917	861

에너지 사용량 | 단위_ TJ

	2009	2010	2011
직접에너지 사용량	910.3	996.3	1,017.8
- LNG	869.0	956.2	980.7
- 경유	19.9	19.4	16.6
- 휘발유	0.2	0.6	0.7
- 기타	21.2	20.1	19.8
간접에너지 사용량	1,662.1	1,845.1	1,885.5
- 전기	1,392.8	1,561.4	1,610.6
- 스팀	269.2	283.7	274.8

각 사업장별 환경데이터

			청주			울산		
구분		단위	2009	2010	2011	2009	2010	2011
에너지사용량	직접에너지	TJ	47	57	51	863	939	967
	간접에너지		703	791	841	959	1,054	1,045
	총 에너지사용량		750	849	892	1,822	1,993	2,012
용수사용량		ton	170,512	217,855	241,821	487,437	493,607	557,649
온실가스 배출량	Scope 1	천tCO_2e	2.5	3.0	2.6	44.7	48.5	49.9
	Scope 2		34.3	38.5	37.6	49.7	54.6	54.1
	총 온실가스 배출량		36.7	41.5	40.2	94.4	103.1	104.0
대기오염배출량	NOx	ton	0.76	0.78	0.78	84.20	63.87	48.34
	먼지		10.90	11.12	9.35	19.70	18.27	18.15
폐수배출량	폐수량	㎥	1,829	1,731	1,216	48,914	45,528	66,017
	BOD	ton	0.038	0.012	0.013	0.425	0.253	0.244
	COD		0.039	0.016	0.011	1.282	1.405	1.924
	SS		0.030	0.025	0.019	0.596	0.339	0.515
폐기물배출량	일반 폐기물	ton	15,761	15,215	15,644	13,197	17,292	15,270
	지정 폐기물		162	439	329	1,001	723	677
	재활용량		13,010	13,802	14,651	12,135	15,866	14,032
	재활용률	%	82.3%	88.2%	91.7%	85.5%	88.1%	88.0%

제3자 검증의견서

'LG하우시스 지속가능경영보고서 2012' 경영진 귀중 | BSI Group Korea Limited(이하 BSI)는 'LG하우시스 지속가능경영보고서 2012'(이하 보고서)에 대한 독립적인 검증을 요청 받았습니다.

검증범위 | 보고서는 기업이 분사한 2009년 4월부터 2011년까지 총 3개 년도의 성과를 표현하고 있으며, 최초 발행하는 보고서 입니다. 금번 검증에 포함된 범위는 LG하우시스 본사 및 국내 공장을 포함하는 국내 사업장의 2011년 성과에 대하여 검증이 실시되었으며 필요한 경우 과년도의 성과가 검증에 포함되었습니다. 보고서에 포함된 일부 해외 현지법인의 성과 및 아래사항은 검증에 포함되지 않았습니다.

- 재무정보
- 온실가스데이터(별도 검증이 수행되었음을 확인함)
- 보고서가 아닌 기타 홈페이지등에 수록된 부가정보

책임사항 및 독립성 | 지속가능경영보고서의 작성 책임은 전적으로 LG하우시스에 있습니다. 검증의 책임은 명시된 범위에 대해 검증방법론을 적용하여 전문적 의견을 담은 독립적인 검증의견을 LG하우시스 경영진에게 제공하는 것이며, 또한 LG하우시스의 모든 이해관계자들에게 그 정보를 제공하는데 있습니다.

본 검증팀은 LG하우시스와 영리를 목적으로 하는 이해관계를 맺고 있지 않으며, 보고서에 대한 검증의견을 제시하는 것 외에 보고서 작성에 일체 관여하지 않았습니다. 또한 BSI 공정 거래 행동 강령에 따라 높은 수준의 역량을 발휘 할 수 있도록 폭 넓은 기술력과 심도 있는 경험을 지닌 각 분야의 전문가들로 구성된 BSI 검증팀에 의해 수행되었습니다.

검증 표준 | 본 보고서의 검증은 아래 기준에 의거하여 수행되었습니다.

- AA1000 Assurance Standard(2008) 검증기준
- GRI G3.1 지속가능경영보고서 가이드라인

검증팀은 AA1000 AS(2008) 기준의 Type2 Moderate level을 적용하여 포괄성, 중요성 및 대응성 원칙의 준수와 지속가능성 성과정보의 신뢰성평가를 실시하였으며, GRI의 지표규약은 적용수준 A를 적용하였습니다.

검증 방법 | 검증팀은 검증표준을 준수하며, 보고내용에 대해 오류를 낮출 수 있도록 관련증거를 수집하기 위해 개발된 방법론을 활용하였으며, 다음의 활동을 수행하였습니다.

- 검증 우선순위 결정을 위해 LG하우시스의 중요성 결정 프로세스의 검토 및 적합성 확인
- 지속가능성 전략이행 프로세스와 이의 실행을 위한 시스템 검토
- 지속가능성 이슈 관리책임이 있는 상위 관리자 및 임직원 인터뷰 수행과 논의된 이슈를 뒷받침하는 근거선택 및 적합성 검토
- 각 성과 영역별 데이터의 생성, 수집 및 보고과정 확인
- 재무정보와 온실가스보고는 감사보고서와 온실가스 검증보고서와의 일치 여부 검토
- GRI 가이드라인의 적용성 수준에 대비한 LG하우시스 보고서의 독립적 평가

검증 의견 | 본 검증팀은 보고서 초안을 검토하고 의견을 제시했으며, 필요한 경우 보고서의 수정이 이루어 졌습니다. 수행된 검증활동에 근거하여 검증팀은 본 보고서에서 LG하우시스가 보고원칙을 준수하여 지속가능성 성과를 적절하게 기술하고 있음을 확인하였습니다.

GRI Index에 명시되어 있는 GRI지표들이 완전하게 또는 중요성평가 프로세스의 결과로서 부분적으로 보고되고 있음을 확인하였습니다. 본 검증팀은 금번 보고서가 GRI 가이드라인 G3.1의 A+ 적용성 수준을 만족하는 것으로 확인을 하였습니다.

검증결과에 영향을 미치지 않는 범위에서 다음 의견을 제시합니다.

금번 보고서는 LG하우시스가 분사한 이후 최초 발행하는 보고서로서 많은 의미를 가지고 있으며, LG하우시스가 지속가능한 발전을 위해 나아가는 훌륭한 출발을 시작하였다는 것을 알 수 있었습니다.

LG하우시스는 금번 보고서에 저탄소녹색성장의 국가정책, 기후변화, 에너지 고갈 등 지속가능성 이슈에 적극적인 대응을 위하여 사업장 오염물질 배출을 최소화하고 온실가스 감축방안 수립과 청정연료 전환사업을 확대했습니다. 또한 에너지절감을 위한 고효율 제품개발에 역량을 집중하고 탄소성적표지제도를 업계 최초로 도입하여 사업

기회를 극대화하기 위한 전략을 수립함으로써 지속가능경영에 대한 의지를 잘 보여주고 있습니다. LG하우시스는 2009년 LG화학으로부터 기업분할 이후, 지속적으로 윤리적이며, 투명적인 조직을 운영하고, 실천적 사회공헌과 나눔경영을 이행하는 사회책임에 대한 적극적인 대응은 책임 있는 기업으로서 국민으로부터 사랑과 신뢰를 받을 수 있는 기업이 되는 기반이 될 것으로 판단됩니다.

포괄성은 지속가능성에 대해 책임 있고 전략적인 대응방법을 개발하고 달성하기 위하여 이해관계자의 참여를 보장하는 원칙입니다.

검증팀은 LG하우시스가 이해관계자의 참여 프로세스를 이행하고 있으며, 다양한 이해관계자의 의견을 수렴하고 이를 지속가능성 정책에 반영하기 위한 노력을 하고 있음을 확인하였습니다. 각 이해관계자 그룹과 의사소통하기 위한 정례화된 채널을 구축하고 있으며, 이해관계자 설문과 피드백에 대하여 보고 우선순위를 결정한 것은 보고서의 내용을 결정하는데 도움이 되었습니다.

이해관계자의 참여 및 지속가능이슈의 관리를 보다 더 공고히 하고 지속가능경영 거버넌스 체계를 강화하기 위하여 지속가능성 정책, 전략, 목표 및 성과를 최고경영진에 보고할 수 있는 회의체를 운영할 것을 권고합니다. 주기적으로 지속가능이슈를 보고하고 이행과정을 점검함으로써 지속가능경영 거버넌스를 강화함과 함께, 지속가능이슈에 대한 조직원의 능력이 향상될 수 있을 것으로 판단됩니다.

중요성이란 이해관계자가 LG하우시스와 그 영향에 관하여 정보에 근거한 판단을 내리기 위해 필요한 이슈를 결정하는 것입니다.

중요성 평가 및 핵심이슈 선정 프로세스를 통해 이해관계자로부터 파악된 지속가능경영 이슈가 지속가능경영 전략으로 발전되고 있음을 확인 하였습니다. LG하우시스는 지속가능경영 이슈를 파악하기 위해 VOC시스템을 활용하고 이해관계자 커뮤니케이션, 설문조사, 미디어 분석 등을 실시하여 기업 내외부 이해관계자의 중요한 이슈를 도출하였습니다.

이에 따라 LG하우시스는 기후변화협약 대응, 에너지 절약제품의 개발, 친환경제품의 공급 및 사회적 책임분야에서 최고 경영자의 강한 의지를 보고서에 담고 있으며, 이를 실천적 행동으로 표현하는 Eco Friendly, Energy Saving, Human Friendly의 고객가치와 이를 지원하는 많은 정책과 실행사례를 보고서에 잘 반영하고 있습니다. 다만, 개별 또는 부문별 지속가능 이슈에 대한 LG하우시스의 단기성과 및 정책의 방향을 예측할 수 있도록 과거의 실적정보뿐만 아니라 목표치를 포함할 것을 권고합니다.

대응성이란 이해관계자 이슈에 조직이 대응하는 범위에 관한 원칙입니다.

보고서는 이해관계자와의 의사소통을 통해 파악된 이슈와 대응현황에 대해 기술하고 있으며, 검증팀은 LG하우시스가 주요 이슈들에 대해 다양한 의사소통 채널을 통하여 적절하게 대응하였음을 확인 하였습니다. 이러한 포괄성과 대응성의 강화는 LG하우시스의 지속가능경영의 핵심 역량을 강화하는 중요한 동인이 될 것으로 판단됩니다. 하지만 다양한 이해관계자로부터의 지속가능성 이슈에 적절하게 대응하기 위해서 연례적으로 작성되는 보고서로만 아니라 홈페이지 등을 활용하여 보다 시기 적절한 보고를 한다면 대응성 강화에 도움을 줄 수 있을 것으로 판단합니다.

보고서의 각 사업 분야에서는 지속가능성 이슈에 대하여 LG하우시스가 성취한 성과의 긍정적인 측면을 설명하고 더욱 발전시키려는 노력이 표현되어 있습니다. 이와 동시에 목표에 대비하여 성과가 부진한 이슈를 도출하고, 이를 해결하기 위한 계획을 포함한다면 보고의 균형성을 개선하는데 도움이 될 것입니다

성과 정보 | 경제·환경·사회 각 영역별로 성과 데이터를 수집하고 통합 관리할 수 있는 시스템을 마련하여 정기적으로 목표대비 성과를 관리할 수 있는 체계를 정립하고 데이터 신뢰성관리를 위하여 내부 감사 프로세스와의 접목을 권고합니다.

2012년 3월 30일 BSI Group Korea 대표 천 정 기

AA1000
Licensed Assurance Provider
000-47

GRI G3.1 Index

●: 보고 ◐: 일부보고 ○: 미보고 해당 N/A: 사항 없음

구분		GRI 공시 요구항목	ISO 26000 조항	보고수준	페이지
프로필 공시					
전략 및 분석	1.1	최고의사결정권자가 보고조직, 전략과지소각능성의 연관성을 밝힌 선언문	6.2	●	4, 5
	1.2	조직과 지속가능성 주요 영향, 위험 요인과 기회	6.2	●	4, 5
조직 프로필	2.1	조직명칭		●	6, 7
	2.2	대표브랜드, 제품과 서비스		●	10-13
	2.3	주요 사업부서 등	6.2	●	6, 7
	2.4	본사/본부 소재지		●	6, 7
	2.5	해외사업장 위치, 주요 사업장 등		●	6, 7
	2.6	소유 구조 특성과 법적 형태		●	16
	2.7	대상시장		●	6, 7
	2.8	조직 규모		●	6, 7, 70
	2.9	규모, 구조 또는 소유규조상 중대 변화		●	16, 17
	2.10	보고 기간 중 수상내역		●	78
보고 매개변수	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		●	표지내지
	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
	3.1	이전보고서에 제시된 정보의 재기술 효과와 그 사유		●	The first time Publisher
	3.11	이전 보고기간 대비 범위, 경계 또는 측정방식 상의 큰 변화		●	The first time Publisher
	3.12	GRI 대조표		●	74-77
	3.13	외부검증 관련 정책과 활동/ 검증범위와기준	7.5.3	●	표지내지
지배구조, 책임, 참여	4.1	조직 지배구조		●	16, 17
	4.2	이사회 의장의 임원 겸직여부		●	16, 17
	4.3	일원화된 이사회의 경우, 사외이사 혹은 독립이사의 수		●	16, 17
	4.4	이사회에 대한 주주와 직원의 의견반영 매커니즘		●	16, 17
	4.5	이사회 구성원 등에 대한 보상과 조직 성과간의 관계		●	16, 17
	4.6	이사회 내의 이해관계 상의 충돌 방지를 위한 프로세스		●	16, 17
	4.7	경제/사회/환경 전략을 보조하기 위한 이사자격과 전문성 기준, 결정 프로세스		●	16, 17
	4.8	경제/사회/환경 성과, 활동과 관련한 미션/핵심가치 진술문, 행동 강령, 원칙	6.2	●	8,9,14,15
	4.9	이사회가 경제/환경/사회 성과 파악과 관리를 관장하는 절차		●	16, 17
	4.10	이사회 자체의 성과 평가 프로세스 (경제/사회./환경)		●	16, 17
	4.11	사전예방의 원칙과 접근방법 채택 여부, 채택방식		●	29
	4.12	경제/환경/사회 헌장, 원칙 등 가입하거나 지지하고 있는 외부 이니셔티브		●	78
	4.13	산업협회 등 국가별 국제적 정책기구 멤버쉽 획득		●	78
	4.14	참여한 이해관계자 그룹 목록		●	18
	4.15	참여할 이해관계자 식별 선정기준		●	18
	4.16	참여유형, 이해관계자 그룹별 참여 빈도 등 이해관계자 참여 방식		●	18
	4.17	이해관계자 참여를 통해 제기된 핵심주제와 관심사 및 대처방안		●	18
경제		Disclosure on Management Approach	6.2, 6.8		23
경제 성과	EC1	직접적 경제적 가치 창출과 배분	6.8, 6.8.3, 6.8.7, 6.8.9	●	23, 30, 31
	EC2	기후변화의 재무적 영향	6.5.5	●	40, 41
	EC3	연금지원범위		●	52, 53
	EC4	정부 재정지원 수혜 실적		●	0
시장 지위	EC5	주요 사업장의 현지 법정 최저 임금 대비 신입사원 임금 비율	6.4.4, 6.8	●	51
	EC6	주요 사업장의 현지 구매 정책/관행 및 비율	6.6.6, 6.8, 6.8.5, 6.8.7	●	30, 62
	EC7	주요 사업장의 현지인 우선 채용 및 현지 출신 고위 관리자 비율	6.8, 6.8.5, 6.8.7	●	50
간접경제효과	EC8	공익을 우선한 인프라 투자 및 서비스 지원 활동과 효과 (지원 형태 구분 포함)	6.3.9, 6.8, 6.8.3, 6.8.4, 6.8.5, 6.8.6, 6.8.7, 6.8.9	●	30,31
	EC9	간접적인 경제적 파급효과에 대한 이해 및 설명	6.3.9, 6.6.6, 6.6.7, 6.7.8, 6.8, 6.8.5, 6.8.6, 6.8.7, 6.8.9	◐	30,31

구분		GRI 공시 요구항목	ISO 26000 조항	보고수준	페이지
환경		Disclosure on Management Approach	6.2, 6.5		33
원료	EN1	중량 또는 부피 기준 원료 사용량	6.5, 6.5.4	●	46, 71
	EN2	재생 원료 사용 비율		◐	46
에너지	EN3	1차 에너지원별 직접 에너지 소비량		●	46, 71
	EN4	1차 에너지원별 간접 에너지 소비량		●	46, 71
	EN5	절약 및 효율성 개선으로 절감한 에너지량		●	46, 71
	EN6	에너지 효율적이거나 재생가능에너지 기반 제품/서비스 공급 노력 및 해당 사업을 통한 에너지 감축량		◐	36~39, 41
	EN7	간접 에너지 절약 사업 및 성과		N/A	-
용수	EN8	공급원별 총 취수량		●	46, 71
	EN9	취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원		N/A	-
	EN10	재사용 및 재활용된 용수 총량 및 비율		○	-
생물 다양성	EN11	보호 구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역 또는 주변 지역에 소유/임대/관리하고 있는 토지의 위치 및 크기	6.5, 6.5.6	N/A	-
	EN12	보호 구멱 및 생물다양성 가치가 높은 구역에서의 활동/제품/서비스로 인한 생물다양성에 미치는 영향		◐	47, 68
	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	-
대기 배출물, 폐수, 폐기물	EN16	직접/간접 온실가스 총 배출량	6.5, 6.5.5	●	40, 46, 71
	EN17	기타 간접 온실가스 배출량		◐	41
	EN18	온실가스 감축 사업 및 성과		●	41
	EN19	오존층 파괴물질 배출량	6.5, 6.5.3	N/A	-
	EN20	NOx, SOx 및 기타 주요 대기 오염물질 배출량		●	44, 46, 71
	EN21	최종 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질		●	44, 46, 71
	EN22	형태 및 처리 방법별 폐기물 배출량		●	45, 46, 71
	EN23	중대한 유해물질 유출건수 및 유출량		●	0건
	EN24	바젤 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	6.5, 6.5.4, 6.5.6	●	46
제품 및 서비스	EN26	제품 및 서비스의 환경 영향 저감 활동의 성과	6.5, 6.5.4, 6.6.6, 6.7.5	●	36~39
	EN27	판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율	6.5, 6.5.4, 6.7.5	◐	45
법규 준수	EN28	환경법규 위반으로 부과된 벌금액 및 비금전적 제재 건수	6.5	●	해당 내역 없음
운송	EN29	제품 및 원자재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경 영향	6.5, 6.5.4, 6.6.6	◐	41
전체	EN30	환경보호 지출 및 투자 총액	6.5	●	46, 71

노동		Disclosure on Management Approach	6.2, 6.4, 6.3.10		49
고용	LA1	고용 유형/고용 계약 및 지역별 인력 현황	6.4, 6.4.3	●	50
	LA2	직원 이직 건수 및 비율(연령층/성별 및 지역별)		◐	50
	LA3	임시직 또는 시간제 직원에게서는 제공하지 않고 상근직 직원에게만 제공하는 혜택(주사업장별)	6.4, 6.4.3, 6.4.4	●	53
노사관계	LA4	단체교섭 적용 대상 직원비율	6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5, 6.3.10	●	57
	LA5	중요한 사업변동 사항에 대한 최소 통보기간 (단체협약에 명시여부 포함)	6.4, 6.4.3, 6.4.4, 6.4.5	●	57
직장 보건 및 안전	LA6	노사 공동 보건 안전 위원회가 대표하는 직원 비율	6.4, 6.4.6	●	54
	LA7	부상/직업병/손실 인수/결근 및 업무 관련 재해건수(지역별)		◐	54
	LA8	심각한 질병에 관한 직원 및 그 가족 그리고 지역주민을 지원하기 위한 교육/훈련/상담/예방 및 위험 관리 프로그램	6.4, 6.4.6, 6.8, 6.8.3, 6.8.4, 6.8.8	●	54, 55
	LA9	노동 조합과의 정식 협약 대상인 보건 및 안전 사항	6.4, 6.4.6	●	54, 55
교육 및 훈련	LA10	직원 형태별 일인당 연평균 교육시간	6.4, 6.4.7	◐	52
	LA11	지속적인 고용과 퇴직 직원 지원을 위한 직무 교육 및 평생 학습 프로그램	6.4, 6.4.7, 6.8.5	●	52
	LA12	정기 성과평가 및 경력 개발 심사 대상 직원 비율	6.4, 6.4.7	●	53
다양성 및 평등한 기회	LA13	이사회 및 직원의 구성 현황 (성/연령/소수계층 등 다양성 지표 기준)	6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3	●	50
	LA14	직원 범주별 남녀 직원간 기본급 비율	6.3.7, 6.3.10, 6.4, 6.4.3, 6.4.4	◐	51
고용	LA15	육아출산휴가 후 업무복귀율 및 보유율(남녀별)		●	100%

GRI G3.1 Index

●: 보고 ◐: 일부보고 ○: 미보고 해당 N/A: 사항 없음

구분		GRI 공시 요구항목	ISO 26000 조항	보고수준	페이지
인권		Disclosure on Management Approach	6.2, 6.3		49
투자 및 조달관행	HR1	인권 보호 조항이 포함되거나 인권 심사를 통과한 주요 투자 협약 건수 및 비율	6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.6.6	●	100%
	HR2	주요 공급/계약업체의 인권심사 비율	6.3, 6.3.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6	●	63
	HR3	업무와 관련한 인권 정책 및 절차에 대한 직원 교육 시수(교육이수 직원 비율 포함)	6.3, 6.3.5	●	15, 64
차별금지	HR4	총 차별건수 및 관련 조치	6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.10, 6.4.3	●	0건
결사 및 단체 교섭의 자유	HR5	결사 및 단체 교섭의 자유가 심각하게 침해될 소지가 있다고 판단된 업무 분야 및 해당 권리를 보장하기 위한 조치	6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.8, 6.3.10, 6.4.3, 6.4.5	●	57
아동노동	HR6	아동 노동 발생 위험이 높은 사업 분야 및 아동 노동 근절을 위한 조치	6.3, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.7, 6.3.10	●	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	6.3, 6.3.5, 6.4.3, 6.6.6	N/A	-
원주민 권리	HR9	원주민 권리 침해 건수 및 관련 조치	6.3, 6.3.6, 6.3.7, 6.3.8, 6.6.7	●	0건
평가	HR10	인권 감독 및 영향 평가를 실시하는 사업장의 비율 및 수		●	14, 15
교정	HR11	공식적인 불만전달 메커니즘을 통해 소송제기/대응/해결되는 인권 관련 불만사항의 수		●	14, 15
사회		Disclosure on Management Approach	6.2, 6.6, 6.8		49
지역사회	SO1	무활동의 시작, 운영, 종료 단계에서 지역사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램의 특성, 범위와 실효성	6.3.9, 6.8, 6.8.5, 6.8.7, 6.6.7	●	65-68
부패	SO2	부패위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율	6.6, 6.6.3	●	14, 15
	SO3	반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율		●	14, 15
	SO4	부패 사건에 대한 조치		●	64
공공 정책	SO5	공공 정책에 대한 입장/공공 정책 수립 및 로비 활동 참여	6.6, 6.6.4, 6.8.3	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	6.6, 6.6.5, 6.6.7	●	64
법규 준수	SO8	법률 및 규제 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수	6.6, 6.6.7, 6.8.7	●	64
지역사회	SO9	지역사회에 잠재적이거나 실질적으로 부정적인 영향을 미치는 사업장의 존재 여부		●	65-68
	SO10	사업장에서 지역사회에 미칠 수 있는 부정적 영향을 완화 및 보호하기 위한 장치		●	65-68
제품책임		Disclosure on Management Approach	6.2, 6.6, 6.7		49
고객 건강 및 안전	PR1	제품 및 서비스의 라이프 사이클 상의 평가 실시 비율	6.3.9, 6.6.6, 6.7, 6.7.4, 6.7.5	●	58
	PR2	제품 및 서비스의 라이프 사이클 상의 규칙 위반 건수		●	0 건
제품 및 서비스 라벨링	PR3	제품/서비스 라벨링 비율	6.7, 6.7.3, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.9	●	37, 59
	PR4	제품/서비스 라벨링 규칙 위반 건수		●	0 건
	PR5	고객만족도 평가 설문 결과 등 고객 만족 관련 활동	6.7, 6.7.4, 6.7.5, 6.7.6, 6.7.8, 6.7.9	●	60, 61
마케팅 커뮤니케이션	PR6	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 준수 프로그램	6.7, 6.7.3, 6.7.6, 6.7.9	●	59, 60
	PR7	마케팅 커뮤니케이션과 관련된 규제, 표준 및 자발적 규칙 위반 건수		●	59
고객개인정보보호	PR8	고객정보보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련한 불만 건수	6.7, 6.7.7	●	60
법규 준수	PR9	제품/서비스 공급에 관한 법률 및 규제위반으로 부과된 벌금 액수	6.7, 6.7.6	●	없음

Global Reporting Initiative™

Statement
GRI Application Level Check

GRI hereby states that **LG Hausys, Ltd.** has presented its report "LG Hausys Sustainability Report 2012" to GRI's Report Services which have concluded that the report fulfills the requirement of Application Level A+.

GRI Application Levels communicate the extent to which the content of the G3.1 Guidelines has been used in the submitted sustainability reporting. The Check confirms that the required set and number of disclosures for that Application Level have been addressed in the reporting and that the GRI Content Index demonstrates a valid representation of the required disclosures, as described in the GRI G3.1 Guidelines.

Application Levels do not provide an opinion on the sustainability performance of the reporter nor the quality of the information in the report.

Amsterdam, April 2nd 2012

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative

GRI REPORT
GRI CHECKED

The "+" has been added to this Application Level because **LG Hausys, Ltd.** has submitted (part of) this report for external assurance. GRI accepts the reporter's own criteria for choosing the relevant assurance provider.

The Global Reporting Initiative (GRI) is a network-based organization that has pioneered the development of the world's most widely used sustainability reporting framework and is committed to its continuous improvement and application worldwide. The GRI Guidelines set out the principles and indicators that organizations can use to measure and report their economic, environmental, and social performance. www.globalreporting.org

Disclaimer: *Where the relevant sustainability reporting includes external links, including to audio visual material, this statement only concerns material submitted to GRI at the time of the Check on March 30th 2012. GRI explicitly excludes the statement being applied to any later changes to such material.*

GRI G3.1 가이드라인 적용 수준

LG하우시스 지속가능경영보고서 2012는 GRI G3.1 가이드라인 지표보고수준에서 'A+' 수준의 요구사항을 모두 충족하였습니다. 또한 제3자 검증기관과 GRI의 Application Level Check를 통해 본 보고서가 G3.1 가이드라인의 적용수준 중 'A+'에 적합함을 확인하였습니다.

			C	C+	B	B+	A	A+
표준공시	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	보고서 외부검증	C레벨의 모든 항목과 1.2, 3.9, 3.13, 4.5-4.13, 4.16-4.17	보고서 외부검증	B레벨의 요구사항과 동일	보고서 외부검증
	G3.1 경영방식 공시	결과물	필요없음		각 지표범주에 대한 경영방식 (DMA) 공시		각 지표범주에 대한 경영방식 (DMA) 공시	
	G3.1 성과지표 및 산업별 부가지표	결과물	최소한 10개 이상의 성과지표를 보고해야 함 (경제·환경·사회 지표를 각각 1개 이상 포함)		최소한 20개 이상의 성과지표를 보고해야 함 (경제, 환경, 노동, 인권, 사회, 제품책임 지표를 각각 1개 이상 포함)		중요성 원칙에 따라 모든 G3.1 핵심 성과지표 및 산업가이드 지표에 대해 a) 보고하거나 b) 보고하지 않을 경우 그 이유를 설명	

주요 수상현황 및 활동단체

일반수상 현황

인증/수상명	제품군/사업장	주관기관	수상기간
한국산업브랜드파워 K-BPI	창호재	한국능률협회컨설팅	2003-2011
한국소비자 웰빙지수 KS-WCI(인테리어 자재 부문)	창호재	한국표준협회, 연세대학교	2004-2011
	벽지		2005-2011
4억불 수출의 탑	공동	한국무역협회	2010
5억불 수출의 탑			2011
녹색성장 브랜드대상(인테리어 부문)		한국브랜드경영협회	2009-2010
소비자신뢰 대표브랜드대상(인테리어 부문)			2010
국가품질상 생산혁신상(대통령 단체표창)	울산사업장	지식경제부	2011
품질경쟁력 우수기업(지식경제부 장관표창)			2003-2011
제1회 저탄소 녹생성장 유공(대통령 표창)		녹색성장위원회, 환경부	2009

국제디자인상 수상 현황 – iF디자인상

수상내역	비고	수상기간
우젠신호등(Woozen Traffic Light, Gold Award)	강화목재	2011
헬스케어창(Healthcare Window, Gold Award)	창호재	
자동환기창(Automatic Ventilating System Window)		
일체형 맞춤창(Seamless Window)		
ET창(Easy Operation & Thin Frame Window)		
지아마루(Zea Floor)	바닥재	
카림 글라센(Karim Glasen)	고기능소재	
에코 메탈렉스(Eco Metalex)		
일체형 캔버스 하이막스 주방기구(Seamless Canvas HI-MACS)	인조대리석	2010
매직 하이막스(Magic HI-MACS)		
루미 우젠(Lumi Woozen)	강화목재	
한강공원 안내사인물(Hangang Park Sign)		

국제디자인상 수상 현황 – 레드닷디자인상

수상내역	비고	수상기간
아트 엑스클라(Art XCLA)	고기능소재	2011
모듈러창(Modular Window)	창호재	2010
히든 프레임창(Hidden Frame Window)		
클리어뷰창(Clear View Window)		
멘디니 바닥재(Mendini Floor)	바닥재	
머그 세면대 하이막스(Wash Mug HI-MACS)	인조대리석	
일체형 캔버스 하이막스 주방가구(Seamless Canvas HI-MACS)		

주요 활동단체 및 협회

녹색기업협의회	한국공기청정협회	한국PR협회
대한산업간호협회	한국공정경쟁연합회	한국화재보험협회
대한산업보건협회	한국무역협회	한국화학물질관리협회
대한산업안전협회	한국바이닐환경협의회	한국환경기술인협회
대한상공회의소	한국상장회사협의회	한국환경산업기술원
자원순환진흥협회	한국소방안전협회	환경보전협회
전국경제인연합회		

용어집

GRI(Global Reporting Initiative)

지속가능경영 보고 관련 가이드라인을 제시하는 독립적 비영리단체로, GRI가 제시하는 가이드라인은 경제·환경·사회 3가지 범주에 걸쳐 분류되어 있음

ISO26000

지배구조, 인권, 노동, 환경, 공정한 업무관행, 소비자 이슈, 지역사회 참여 등 7개분야로 구성된 기업의 사회적 책임 가이드라인

국제노동기구(ILO)

국제노동기준을 협약과 권고의 형태로 제정하여 노동기본권(결사의 자유, 단결권, 단체교섭권, 강제근로 폐지, 고용평등, 기타)에 대한 최소한의 기준을 설정하고 이의 준수를 감독하는 기구

기후변화

기후변화협약상 기후변화의 개념은 비교 가능한 기간 동안 관측된 자연적 기후가변성에 추가하여 직간접적인 인간활동으로 지구대기 조성이 변화되어 발생하는 기후변화를 말함

다우존스 지속가능경영지수
(DJSI: Dow Jones Sustainability Index)

1999년 다우존스와 SAM社가 만든 우량기업 주가지수 중 하나로, 재무적 정보만으로 기업을 파악하는 데 그치지 않고, 지속가능경영 현황을 평가해 우량기업을 선정

TOE

석유환산톤. 에너지의 양을 나타내는 단위로서 1TOE는 석유 1톤을 연소할 때 발생하는 에너지

에너지원단위

경제활동에 투입된 에너지소비의 효율성을 평가하는 지표로 국제적으로 통용

AA1000AS

비영리기관인 AccountAbility에 의해 제정된 지속가능경영보고서 검증을 위한 국제규격으로 포괄성, 중대성, 대응성의 3대 원칙을 갖고 있음

비유동장기적합률

비유동자산을 항상 자기자본으로 메꿀 수는 없기에 그나마 상환기간이 긴 비유동부채와 자기자본이 얼마만큼 사용되었는지를 나타내는 척도로, 비율이 낮을수록 장기적 지급능력이 있음을 나타냄

환경표지

동일한 용도의 제품 중 생산 및 소비과정에서 오염을 상대적으로 적게 일으키거나 자원을 절약할 수 있는 제품에 환경표지를 표시하여 제품에 대한 환경정보를 소비자에게 제공하고, 기업으로 하여금 소비자의 선호에 부응하여 환경제품을 개발 및 생산하도록 유도하는 제도

HB마크

친환경 건축자재(Healthy Building Material)에 대하여 '최우수(클로버마크 5개), 우수(클로버마크 4개), 양호(클로버마크 3개)'의 3등급으로 구분하여 인증하는 제도. 건축자재의 오염물질 방출에 대한 자율적 품질관리를 행할 수 있도록 권장함

탄소성적표지

제품의 생산, 수송, 사용, 폐기 등의 모든 과정에서 발생되는 온실가스 발생량을 CO_2 배출량으로 환산하여, 제품에 표시하는 인증제도

고휴율에너지기자재인증

에너지이용합리화법 제 13조에 따라 고효율에너지 기자재의 보급을 활성화하기 위해 기술표준원 등에서 측정한 에너지 소비효율 등 인증기준을 만족할 때 에너지관리공단으로부터 고효율에너지기자재로 인증받는 제도

PLA(Poly Lactic Acid)

옥수수에서 추출한 순식물성 생분해원료로, 자연계에 존재하는 미생물에 의해 완전히 분해되는 친환경 수지

BIPV 시스템
(Building Integrated Photovoltaic System)

태양광 에너지로 전기를 생산하여 소비자에게 공급하는 것 외에 건물 일체형 태양광 모듈을 건축물 외장재로 사용하는 태양광 발전 시스템

ISO14001

환경경영시스템(Environmental Management System)을 지칭하며, 지속적인 환경개선을 위해 갖추어야 할 요건을 국제표준화기구(ISO)에서 설정한 표준

OHSAS 18001

보건 및 안전경영시스템으로 조직이 자율적으로 산업재해를 예방하기 위해 위험 요인을 파악하여 지속적으로 관리하기 위한 최소한의 요구사항을 정한 규격

COD(Chemical Oxygen Demand)

화학적 산소요구량. 생물학적 산소요구량(BOD : Biological Oxygen Demand)과 마찬가지로 물의 오염정도를 나타내는 척도로, 유기오염물질을 산화제로 산화할 때 필요한 산소의 양

VOC(Volatile Organic Compounds)

휘발성 유기화합물. 증기압이 높아 대기 중으로 쉽게 증발되는 액체 또는 기체상 유기화합물의 총칭하는 대표적인 실내공기오염물질

참여자 정보

		소속	담당자
총괄			
		업무홍보팀	이동주 부장(djleef@lghausys.com)
			정성원 과장(jswona@lghausys.com)
			신혜원 사원(shinyhw@lghausys.com)
지속가능경영			
	CEO Message	경영혁신팀	서재원 과장(sjwon@lghausys.com)
	기업소개	사업전략팀	최 준 대리(junechoi@lghausys.com)
	정도경영	윤리사무국	허지영 차장(jyhur@lghausys.com)
	주요제품소개 및 제품책임	창호재사업부 기획팀	최웅식 차장(wschoib@lghausys.com)
		장식재사업부 기획팀	한민수 차장(mshanc@lghausys.com)
		고기능소재 사업부 기획팀	이원호 과장(whlfire@lghausys.com)
		소재부품사업부 기획팀	이정수 차장(luckyori@lghausys.com)
		표면소재사업담당 기획팀	강병민 차장(minkang@lghausys.com)
경제			
		금융팀	안필준 사원(zzzkans@lghausys.com)
		회계팀	정태진 차장(breeze@lghausys.com)
		디자인센터. 연구기획PJT	이강효 차장(hyoroom@lghausys.com)
환경			
		청주. 환경안전팀	윤상록 차장(sryoon@lghausys.com)
		울산. 환경안전팀	이승환 대리(terpsichore@lghausys.com)
사회			
	Employee	인사팀	이준욱 대리(jakelee@lghausys.com)
		노경팀	전승화 대리(shjeon@lghausys.com)
		인재개발팀	최인환 대리(zerocih@lghausys.com)
	Customer	브랜드Comm.팀	이예인 대리(yeainlee@lghausys.com)
		정보전략팀	강경학 과장(realnew@lghausys.com)
		고객지원팀	한현수 과장(hhsoo@lghausys.com)
		고객상담실	이광본 대리(iamilkh@lghausys.com)
	Partner	구매팀	이응혁 과장(hyukli@lghausys.com)
		업무홍보팀	이동한 과장(donghan@lghausys.com)
	Community	총무팀	김승규 과장(esperus@lghausys.com)
디자인			
		디자인p	송혜정 대리(shallfy@lghausys.com)

LG하우시스 지속가능경영보고서

본 보고서는 LG하우시스 홈페이지에서 다운받으실 수 있습니다. LG하우시스 지속가능경영 및 본 보고서에 대한 의견이나 문의사항이 있으신 경우 아래의 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.

www.lghausys.co.kr

서울시 영등포구 국제금융로 10 국제금융센터(One IFC)
LG하우시스 업무홍보팀
tel : 02-6930-1577 fax : 02-6930-1586
e-mail : shinyhw@lghausys.com

FSC PRINTED WITH SOY INK 본 보고서는 무염소 표백펄프(ECF)를 사용한 친환경용지에 콩기름잉크를 사용하여 인쇄하였습니다.

디자인 : 레드닷브랜딩(주)

LG하우시스